

The background of the cover is a gradient from black at the top to white at the bottom. A vibrant, pixelated trail of colors (red, orange, yellow, green, blue, and purple) starts from the bottom left and extends diagonally towards the top right, creating a sense of movement and digital energy.

Sarah Straßmann

EXPANDED PICTURES

**Das Handlungsgefüge des fotografischen Bildes
im Kontext von Internet und Social Media**

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Gestaltung
Promotionsstudiengang Freie Kunst

**Expanded Pictures:
Das Handlungsgefüge des fotografischen Bildes
im Kontext von Internet und Social Media**

Dissertation
zur Erlangung des Grades Doctor of Philosophy (Ph.D. by project)
an der Bauhaus-Universität Weimar

vorgelegt von
Dipl. Des. (FH), M.A. Sarah Straßmann, 2016

Betreuer und Gutachter:

Prof. Dr. Michael Lüthy, Bauhaus-Universität Weimar (wissenschaftlicher Teil)

Prof. Emanuel Raab, Fachhochschule Bielefeld (künstlerischer Teil)

Öffentliche Verteidigung der Ph.D. Arbeit: 16. Januar 2018

Umschlagabbildung:

SC 1# (Detail), aus dem künstlerischen Teil der PhD Arbeit

“Can ‘play’ therefore be interpreted not only as a special form of movement and activity, but also as a perspective from which we can observe almost all that we do? And, if so, would the specifically human aspect of play then lie precisely in the fact that we are not only playing, but actually transforming play into a perspective by which to shape and comment on our relationship to both the world and ourselves?”

(zit. Krämer, Sybille 2005)

Expanded Pictures: Das Handlungsgefüge des fotografischen Bildes im Kontext von Internet und Social Media

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
2	Fragestellung, Zielsetzung, Vorgehen in der Arbeit	6
3	Forschungsstand	13
4	Hintergrundinformationen: Was ist Social Media?	21
4.1.	Geschichte und Technik	22
4.2.	Soziale Netzwerke	23
4.3.	Das Smartphone	25
4.3.1.	Mobile Apps	26
4.3.2.	Mobiles Internet	27
4.4.	Wie sozial sind soziale Netzwerke?	28
5	Theoretische Grundlagen	33
5.1.	Zeichentheorie	34
5.2.	Stuart Hall: Repräsentation und Stereotypen	39
5.3.	Fotografie im Diskurs performativer Kulturen	41
6	Künstlerische Arbeit und Material Fundus	47
6.1.	Archive	48
6.2.	„Expanded Pictures“ interaktive Installation	62
6.3.	The Alphabet of Stereotypes	67
7	Analyse	77
7.1.	Visuelle Stereotype durch die Handyfotografie	77
7.2.	Soziale Stereotype durch die Handyfotografie	87
7.3.	Das Fotografische als Handlung	97
8	Shoot, upload, share: Die neue Rolle der Fotografie?	108
9	Zusammenfassung und Fazit	119
10	Ausblick	133
11	Literatur/ Bildnachweis	137
12	Quellennachweis Archive	146
12.1.	Duckface Archiv	146
12.2.	Essensfoto Archiv	154
13	Anhänge	162

1 Einleitung

„So oder ähnlich schon gesehen? Ungezählte Reize, Informationen und Bilder praseln auf uns ein: in der Schule oder im Beruf, in Zeitschriften oder im Internet. Sie alle sind von einer Vielzahl unterschwelliger Codes durchdrungen. Mehr oder weniger erfolgreich navigieren wir in Wort und Bild täglich zwischen subtilen Werbebotschaften und harten Fakten, zwischen behördlichen Warnungen und privaten Kurzmitteilungen hin und her. Neben den klassischen gewähren wir auch den neuen Medien mit ihren ausufernden Angeboten unsere Aufmerksamkeit.“ (zit. Fotomuseum Winterthur, abg. Aug. 2016)

Mit diesen Worten begann eine Ankündigung zu der Ausstellung „Karaoke - Bildformen des Zitats“ auf der Webseite des Fotomuseums Winterthur, die bereits im Jahr 2009 in der Schweiz gezeigt wurde.

Vor allen Dingen eine sehr junge Künstlergeneration erforschte dort das Verhältnis von Realität und Fiktion, von selbst Wahrgenommenem und durch Medien Übermitteltem. In ihren Werken zeigten sie in Form von Analogien und Verweisen auf, dass sich die gegenwärtige visuelle Kultur inzwischen ganz natürlich und scheinbar spielerisch in den diversen parallelen Welten zurechtfindet. Es handelte sich dabei vor allem um gemischte Bildserien, die teilweise neben einzelnen Fotografien auch aus Animationen oder zusammengewürfelten Collagen bestanden. Es waren jedoch ebenso performative Ansätze oder Fotoinstallationen vertreten. Hierbei wurde selbst fotografiert oder Fremdmaterial zum Beispiel aus dem Internet verwendet.

Durch dieses „Ping-Pong“ Spiel zwischen kollektiver Bildersammlung und neuen Bilderfindungen ergab sich ein ganz neues Feld innerhalb der künstlerischen Fotografie, dessen Zitathaftigkeit am auffälligsten erschien (vgl. Stremmel, K. 2009).

Was sich in Winterthur bereits 2009 im künstlerischen Bereich der Fotografie abzeichnete, kann durchaus als Reflex gewertet werden, der das abbildet, was seit Jahren und verstärkt seit der Einführung sogenannter Smartphonetelefone auch innerhalb der gegenwärtigen westlich geprägten visuellen Alltagskultur geschieht. Das Handytelefon dient als ununterbrochener täglicher Begleiter des Menschen. Verbunden mit dem Internet und sozialen Onlinenetzwerken ermöglicht es neben unzähligen anderen Funktionen eine ständige Kommunikation der Nutzer untereinander, die aufgrund der integrierten Kamera zunehmend bildlastig ist. Es verkörpert entsprechend eine absolute Gegenwartsbezogenheit (vgl. Eipeldauer, H. 2011). Zwischen Aufnahme, Hochladen oder Versenden und wiederum Empfangen liegen meist nur

wenige Fingerbewegungen auf den Touchscreens der Geräte. Was dabei aufgenommen und mitgeteilt wird, verschwimmt irgendwo zwischen erlebtem Moment, weiter geleiteter Information, Wiederholung, digital Manipuliertem und richtet sich teilweise gar an eine unbekannte Empfängerschar in den sozialen Netzen. Es ist daher unter Umständen unklar, ob die produzierten Bilder überhaupt jemanden erreichen bzw. wie oder was sie auslösen. Der Akt der Aufnahme, der ein Bild generiert, scheint bedeutender zu sein als der Inhalt einer Fotografie an sich. Erst innerhalb des Geflechts aus Aufnahme, Hochladen, Teilen und Rezipieren erhalten diese Bilder ihren Sinn und dienen gleichzeitig als Vergewisserung der eigenen gegenwärtigen Existenz (vgl. Eipeldauer, H. 2011).

Bewusst oder unbewusst produzierte visuelle stereotype Ergebnisse sind bei einer derartigen Bildpraxis fast zu erwarten, sind sie doch innerhalb der Unmittelbarkeit der Smartphonekommunikation leicht verständlich, leicht wiederzuerkennen und leicht herzustellen. Die schnellen und sehr direkten Schnappschüsse, die die Handykameras generieren, sind bei alledem technisch, handwerklich oder ästhetisch meist von geringer Qualität, diese ist teilweise nicht einmal gewollt. Die Teilhabe der Nutzer an diesem Geflecht aus Aufnahme, Hochladen, Teilen und Rezipieren evoziert zudem soziale Stereotype, in dem online bestimmte gesellschaftliche Gruppenzugehörigkeiten und soziale Kategorien verhandelt werden.

Betrachtet man hingegen die historische Entwicklung, dann wurde über die Fotografie noch bis zum Ende des 20. Jahrhunderts fast hauptsächlich als ein Medium der Zeit diskutiert. Nach dem Philosophen Roland Barthes verkörpere das fotografische Bild einen früheren Moment (vgl. Barthes, R. 1980). Inzwischen, mehr als 30 Jahre nach Roland Barthes' bekanntem Text „La chambre claire“, hat sich der Diskurs über die Fotografie zu einem absoluten Gegensatz entwickelt. Der Literaturwissenschaftler Bernd Stiegler brachte 2006 ein Buch mit dem Titel „Bilder der Photographie“ heraus, in dessen Untertitel es bezeichnenderweise heißt: „Ein Album photographischer Metaphern“ (vgl. Stiegler, B. 2006). Innerhalb des von Stiegler verfassten Vorworts wird der Bildtheoretiker Hubert Damisch zitiert, der die Fotografie als eine Kunst beschreibt, durch die das Licht sich selbst als eigene Metapher abbildet (vgl. Stiegler, B. 2006, S. 7-10). Folgt man dieser Aussage, dann geht es dem gegenwärtigen fotografischen Diskurs nicht mehr um die naturgetreue Abbildungsfunktion des Fotografischen, sondern vielmehr darum, dass die Fotografie ein Möglichkeitsbild der Realität kreiert, und um die Frage, welche Wahrnehmung der Welt dies bei den Betrachtern

zurücklässt. Eine Wahrnehmung, die zwangsläufig zwischen Fiktion und Realität changiert und zusätzlich durch weltweite Globalisierungsprozesse, auch innerhalb der zeitgenössischen Produktion fotografischer Bilder, geprägt ist. Universelle visuelle Welten, stereotype Bilder und soziale Gebrauchsweisen verbinden unterschiedliche Traditionen und lassen zunehmend eine einheitliche Bildsprache entstehen (vgl. Beck, L. 2004).

Die Handyfotografie in ihrer Kombination mit dem Internet und sozialen Onlinenetzen hat sich folglich scheinbar zu einem gesellschaftlichen Massenphänomen der jüngsten Geschichte entwickelt. Die bisherige tradierte Fotografie hat einen vorläufigen Höhepunkt erreicht, was die Schnelligkeit und Menge der produzierten Bilder angeht. Es lässt sich von einem komplexen Handlungsgefüge sprechen, dem technische und kulturelle Voraussetzungen sowie soziale und ästhetische Stereotype zugrunde liegen. Entstehung, Nutzung, Wahrnehmung und Distribution der Fotografie entwickeln eine vielschichtige Bild- und Blickmacht, die gesellschaftliche Ordnungskriterien vorgibt, aber auch kreatives Potenzial bereit hält. Dieses leitet gleichzeitig eine völlig neue Art und Weise ein, wie die westlich geprägte Gesellschaft ihre Umwelt wahrnimmt, sich ihrer erinnert und was Realität tatsächlich für jeden einzelnen bedeutet.

Es lohnt sich daher genauer zu überprüfen, wie sich das Handlungsgefüge gegenwärtiger fotografischer Praxis näher zusammensetzt. Dies bedeutet konkret, nach ihrer zeitgenössischen Ästhetik zu fragen, ihre Intentionen und Effekte zu analysieren und den Wechselwirkungen zwischen Fotografie und Betrachter Rechnung zu tragen.

2 Fragestellung, Zielsetzung, Vorgehen in der Arbeit

In der vorliegenden Arbeit wird die Bedeutung und Funktion des fotografischen Bildes und im Besonderen der Handyfotografie im Kontext von Internet und sozialen Onlinenetzen beschrieben, untersucht und diskutiert.

Im Spannungsfeld zwischen sozialwissenschaftlichen Theorien, foto- und medientheoretischem Diskurs sowie ästhetisch künstlerischen Perspektiven wird ausgelotet, welche konkreten visuellen und sozialen Formen die gegenwärtige mobile digitale

Bildpraxis angenommen hat, wie sich ihre Gebrauchsweise innerhalb des globalen gesellschaftlichen Alltags darstellt, und in welcher Weise ihr spezielles Zusammenspiel aus „shooting“, „uploading“, „sharing“ zu neuen menschlichen Handlungsmustern und zur Schaffung neuer kultureller Realitäten beiträgt.

Es werden ferner signifikante Unterschiede zwischen der tradierten analogen und der mobilen digitalen fotografischen Bildpraxis benannt sowie auf Verluste und positive Möglichkeiten dieser neuen Funktionsweise des Fotografischen eingegangen.

Grundsätzlich betrachtet die Arbeit die Fotografie nicht ausschließlich als Bild, sondern untersucht das Fotografische als vielschichtiges Handlungsgefüge, dem spezielle mediale, technische, soziale, kulturelle und ästhetische Voraussetzungen zugrunde liegen. Es geht dabei weniger um eine Kritik des Verhältnisses von digitaler Globalisierung und zeitgenössischer Fotografie als vielmehr um die Frage, welche diskursive Position die gegenwärtige digitale mobile Bildpraxis innerhalb der aktuellen visuellen Kultur einnehmen kann.

Basierend auf diesen Vorhaben wird zunächst folgende These formuliert, an der sich die gesamte Struktur der Arbeit ausrichtet: Innerhalb der mobilen fotografischen Bildpraxis zeigt sich eine neue Rolle der Fotografie für die westlich geprägte globale Gesellschaft. Die Funktion führt weg von der Fotografie als Bild und hin zum Fotografischen als Handlung, der vor allen Dingen visuelle und soziale Stereotype zugrunde liegen.

Innerhalb eines der ersten Kapitel der Arbeit (Kap. 4 Hintergrundinformationen: Was ist Social Media?) wird zunächst eine Definition und Einordnung des Begriffs „mobile Bildpraxis“ geleistet. Hierzu findet in mehreren kürzeren Abschnitten eine Einführung in die Geschichte und Technik von Internet, Mobiltelefonen, sozialen Onlinenetzwerken sowie mobilen Handyapplikationen statt.

Dass die Gebrauchsweisen von Handyfotografie im Zusammenhang mit dem Internet und sozialen Onlinenetzwerken auch Identität stiftend sind und zu einer Sozialisation der Nutzer beitragen können, wird in einem letzten Abschnitt dieses Kapitels dargestellt (Kap. 4.4. Wie sozial sind soziale Netzwerke?). Am Beispiel unterschiedlicher Geschlechterrollendarstellungen im Fernsehen und deren Untersuchung durch diverse wissenschaftliche Studien wird hier im Besonderen auch die Möglichkeit erörtert, inwieweit Vorurteile und Stereotype durch Medien innerhalb der Gesellschaft und der einzelnen Individuen evoziert und gefestigt werden.

Auf diesen Hintergrundinformationen aufbauend stellt nun das folgende Kapitel der Arbeit (Kap. 5 Theoretische Grundlagen) innerhalb mehrerer kürzerer Abschnitte die wichtigsten Theorien und ihre Autoren vor, die in Kombination mit dem noch zu erläuternden künstlerisch praktischen Teil der Arbeit zur späteren Analyse der vorangestellten These dienen. Entsprechend dieser Annahme und des künstlerisch visuellen Materialfundus gehören hierzu Theorien zur Zeichentheorie, zu visuellen Stereotypen, zu sozialen Stereotypen und zur Fotografie im Diskurs performativer Kulturen. Im Zusammenhang mit der Zeichentheorie werden zunächst innerhalb eines ersten Abschnitts (Kap. 5.1. Zeichentheorie) der Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure und seine Ideen zur strukturalistischen Semiotik vorgestellt, als deren Begründer er gilt. Saussure richtet seine Theorie zwar nicht ausschließlich auf die Sprache aus, doch erst Roland Barthes überträgt in seinen Überlegungen und in seiner Erweiterung zu de Saussure dessen Theorien auf diverse visuelle Phänomene. Im Anschluss an de Saussures Zeichentheorie folgt entsprechend eine Erläuterung Roland Barthes' Weiterentwicklung. Ein nächster Abschnitt (Kap. 5.2. Stuart Hall: Repräsentation und Stereotypen) stellt den Soziologen Stuart Hall und dessen Konzept zur Stereotypenforschung vor. Hall gilt als Begründer der sogenannten Cultural Studies¹ und beschäftigt sich in seinen Forschungen unter anderem mit der Frage, ob bestimmte Bilddarstellungen zur Herstellung kultureller Bedeutung und von Stereotypen beitragen (vgl. Hall, S. 1997/ 1997a). Er bezieht sich hierbei neben anderen Ansätzen vor allem auf die Zeichentheorie von Ferdinand de Saussure, weshalb seine Theorien auch für diese Arbeit ausgewählt werden.

Ein letzter Abschnitt dieses Kapitels (Kap. 5.3. Fotografie im Diskurs performativer Kulturen) stellt schließlich den Begriff der Performanz beispielhaft anhand verschiedener Theorieansätze vor. Hierbei wird zunächst die Sprechakttheorie des Philosophen John Langshaw Austin und dessen Schüler John Searle als Voraussetzung beschrieben. Austin gilt als Begründer der Sprechakttheorie, nach der eine sprachliche Aussage dann ein performativer Akt ist, indem sie ihren Sinn dadurch, dass sie

¹ Cultural studies (im Deutschen auch Kulturwissenschaft genannt) untersuchen die Kultur unter materiellen und symbolischen Aspekten. Als interdisziplinärer Forschungsansatz werden sowohl kulturelle Bereiche der Anthropologie, der Kunstwissenschaft, der Musikwissenschaft, der Literaturwissenschaft, der Theaterwissenschaft, der Filmwissenschaft, der Medienwissenschaft, der Kommunikationswissenschaft, der Sprachwissenschaft als auch der Ethnologie innerhalb der Cultural studies erforscht und unter diesem Begriff zusammengefasst.

Ein besonderes Interesse der Cultural studies liegen in der Untersuchung der Alltagskultur. Sie analysieren die Produktionsbedingungen kultureller Güter sowie die Machtverhältnisse innerhalb einer Kultur (vgl. Wikipedia ‚Kulturwissenschaft/ Cultural Studies‘, abg. Sept. 2016)

ausgesprochen wird, selbst vollzieht (vgl. Austin, J. L. 1955/ 1955a).

Auf dieser Theorie aufbauend werden im selben Abschnitt der Arbeit weitere Ansätze zur Performanz vorgestellt, die einen Bezug zur Fototheorie ermöglichen. Dazu gehört eine Theorie des Wissenschaftlers Philippe Dubois, der den Begriff des Sprechakts auf das Visuelle überträgt und die Bezeichnung Bildakt prägt. Nach Dubois ist demnach der Akt der Fotoaufnahme untrennbar mit dem Inhalt und der Rezeption einer Fotografie verbunden (vgl. Dubois, P. 1998). Ein weiterer Ansatz des Kunsthistorikers Horst Bredekamp beschreibt den Bildakt als eine Form der Performanz, nämlich in der Weise, dass die Bilder selbständig das erzeugen was sie zeigen (vgl. Bredekamp, H. 2010). Und schließlich wird eine letzte Kategorie mit einer Kritik des Philosophen Jacques Derrida hinzugefügt. Diese verfolgt den Gedanken, dass kulturelle Performance auch dann gelingen kann, wenn innerhalb medialer Kommunikation kulturelle Muster wiederholt werden (vgl. Derrida, J. 1988, S. 310-313).

Nachdem innerhalb der vorangegangenen Kapitel die theoretischen Grundlagen der Arbeit vorgestellt wurden, folgt ein Kapitel zur Dokumentation und Beschreibung des künstlerisch praktischen Forschungsteils (Kap. 6 Künstlerische Arbeit und Materialfundus), dieser wird im Verlauf als Materialfundus zur weiteren Analyse genutzt. Entsprechend der These dieser Arbeit fokussieren sich die künstlerisch praktischen Arbeiten auf die Handyfotografie und hier im weitesten Sinn auf das Selbstportrait. Sie gliedern sich in drei Werkkomplexe; dazu gehören im ersten Fall zwei angelegte Bildarchive, bestehend aus je 120 „Duckface“ Selbstportraits sowie 120 „Essensaufnahmen“, die innerhalb von Internetrecherchen den sozialen Netzwerken Facebook und Instagram entnommen wurden. Einen zweiten Bereich stellen die beiden Feldexperimente „Expanded Pictures“ dar. Hierbei handelt es sich zunächst um eine interaktive performative Installation, die durch eine Handlungsanweisung Nutzer dazu motiviert, eigene Handyportraits aufzunehmen und via WLAN an die Installation zu senden. In einer Weiterentwicklung dieser Arbeit wird auf sämtliche Hardware verzichtet, und den Nutzern ausschließlich über eine Handlungsanweisung die Aufforderung übermittelt, ebenso Handyselbstportraits aufzunehmen und, in diesem Fall ausschließlich von Handy zu Handy, an andere Nutzer zu schicken. Beide Varianten dieses Feldexperiments dienen dazu, empirische Ergebnisse hinsichtlich des Handlungsablaufs während eines fotografischen Akts zu erzielen sowie Bilddaten innerhalb eines realen Feldexperiments zu generieren.

Ein dritter und letzter Bereich des künstlerisch praktischen Werkkomplexes „The Alphabet of Stereotypes“ begleitet den Prozess der künstlerischen Forschung in Form von Artefakten, assoziativen Objekten, Hintergrundinformationen wie Tabellen und Programmierungscodes sowie weiterführende visuelle Experimente. Es besteht zunächst die Überlegung, hieraus weitere Schlüsse zur Bildung visueller Stereotype ziehen zu können, soll aber vor allem auch einen assoziativen Blick auf den künstlerischen Prozess geben und diesen in Teilen offenlegen.

Das folgende Kapitel dieser Arbeit (Kap. 7 Analyse) stellt den Hauptanalyseteil innerhalb einer Kombination aus den vorangestellten Theorien und den künstlerisch praktischen Arbeiten dar. Es handelt sich hierbei um ein qualitatives Vorgehen, das sich polymethodisch interdisziplinärer Forschungsmethoden bedient. Innerhalb eines ersten Abschnitts (Kap. 7.1. Visuelle Stereotype durch die Handyfotografie) wird zunächst anhand eines Quellen untersuchenden Vorgehens das Bildarchiv der „Duckface“ Portraitfotos sowie in Teilen das Bildarchiv der „Essensfotos“ hinsichtlich visueller Stereotypenbildung in den digitalen Onlinenetzwerken analysiert. Hierbei findet fürs Erste eine Beschreibung des allgemeinen technischen Kontextes statt, also der bildgebenden Möglichkeiten der Apparate, die Voraussetzung zur Produktion von Handyfotografien sind, und bereits von vornherein bestimmte ähnliche ästhetische Ergebnisse festlegen. Daran anschließend wird untersucht, ob sich diese durch technische Gegebenheiten evozierten ästhetischen Merkmale innerhalb der Bilder des „Duckface“ und des „Essensfoto“-Bildarchivs finden lassen.

An dieser Stelle wird ebenfalls ein Hinweis auf die Theorie des Medienphilosophen Vilem Flusser gegeben, der davon ausgeht, dass Kameras Apparate sind, die aufgrund ihrer Programmierung vorhersehbare Bilder produzieren. Nur dem Massengeschmack nicht entsprechende Bilder, die entgegen der Funktionen des Apparats hergestellt werden, brechen dieses auf (vgl. Flusser, V. 1989). Mit Bezug auf Flusser und der Beurteilung, ob sich durch technische Grundgegebenheiten ähnliche ästhetische Ergebnisse innerhalb des „Duckface“ Portraitarchivs wiederfinden lassen, wird zu Beginn dieses Abschnitts der Arbeit grundsätzlich untersucht, ob sich die Fotos des Archivs einem vorhersehbaren Massengeschmack zuordnen lassen oder nicht. Im weiteren Verlauf dieses Abschnitts folgt eine detailliertere Untersuchung drei exemplarischer „Duckface“-Fotos in Form einer strukturalistischen bildsemiotischen Analyse. Hierbei soll die Geste des „Duckface“ im Sinne der Theorien zur Semiotik

de Saussures und Barthes' als Zeichen klassifiziert und untersucht werden, ob durch die via Handy aufgenommenen und über soziale Netzwerke verbreiteten Selbstportraits eine einheitliche Bildsprache entsteht.

An dieser Stelle wird ebenfalls ein Hinweis auf Untersuchungen des Kunsthistorikers Wolfgang Ullrich gegeben, der innerhalb einer vergleichenden Analyse untersucht, inwieweit der Gebrauch von „Emoticons“ und „Selfies“ zu einer einheitlichen Bildrhetorik hinführt und diese womöglich global etabliert (vgl. Ullrich, W. 2015).

Innerhalb eines zweiten Abschnitts dieses Kapitels (Kap. 7.2. Soziale Stereotype durch die Handyfotografie) wird ebenfalls anhand eines Quellen untersuchenden Vorgehens das Bildarchiv der „Essensfotos“ hinsichtlich sozialer Stereotypenbildung durch die Handyfotografie analysiert. Hierbei findet zunächst eine Beschreibung und Vorstellung des sogenannten „Kulinarischen Dreiecks“ des Ethnologen Claude Levi-Strauss statt (vgl. Laech, E. 1991, S. 33). Es dient zu Beginn dieses Abschnitts grundsätzlich dazu, deutlich zu machen, dass eine sehr starke Verbindung zwischen der Art, wie Speisen zubereitet werden und der jeweiligen Gesellschaftsform an sich besteht. Hieran schließt sich eine theoretische Übertragung der Gedanken Stuart Halls auf Essensabbildungen im Allgemeinen an. Es wird erläutert, inwieweit sich Halls Theorie, nämlich, dass eine gemeinsame kulturelle Bedeutungsgenerierung und die Herausbildung einer Identität durch spezifische Bilddarstellungen innerhalb einer Gruppierung erst durch die Differenzierung zu einer anderen Gruppierung gelingt (vgl. Hall, S. 1997/ 1997a), auf Essensabbildungen übertragen lässt. Im weiteren Verlauf dieses Abschnitts folgt eine detailliertere Untersuchung drei exemplarischer „Essensfotos“ in Form einer ikonologischen Kontextanalyse, und dieses weiterhin mit Bezug zu Stuart Halls genannter Theorie. Es soll an dieser Stelle herausgearbeitet werden, inwieweit die Essensfotos des innerhalb dieser Arbeit zusammengestellten Archivs stereotype Bilder darstellen und inwiefern die Produzenten dieser Bilder durch deren Herstellung und Verbreitung ein soziales Stereotyp verfolgen, bzw. zu dessen Festigung beitragen.

Innerhalb eines dritten Abschnitts dieses Kapitels (Kap. 7.3. Das Fotografische als Handlung) werden anhand eines empirischen Vorgehens die künstlerischen Feldexperimente in Bezug zu den vorangestellten Theorien zur Performanz untersucht. Ergänzend werden drei Beispiele genannt und erläutert: Die Handyapplikation „Snappchat“, Interviewergebnisse eines „Welt online“ Berichts sowie Beispiele aus den „Emoticon“-Vorlagen des Anbieters Facebook, die ebenfalls zur Analyse genutzt

werden. Dieser Abschnitt betrachtet vor allen Dingen, inwieweit sich die gegenwärtige mobile digitale Bildpraxis als Handlung darstellt und ob sie als solche zu bezeichnen ist.

Das folgende Kapitel dieser Arbeit (Kap. 8 Shoot, upload, share: Die neue Rolle der Fotografie?) stellt schließlich einen letzten Analyseteil dar, innerhalb dessen die mögliche neue Rolle der Fotografie, beeinflusst durch die mobile digitale Bildpraxis, theoretisierend untersucht wird. Hierzu wird zunächst eine Position der deutschen Professorin für Philosophie, Sybille Krämer, vorgestellt, die Forschungen zu sogenannten Internet - Interaktionen angestellt hat. Krämer zufolge liegt eine neue Funktion der gegenwärtigen mobilen digitalen Bildpraxis, im Unterschied zu tradierten Kommunikationsformen, nicht mehr in einem direkten Austausch von Nachrichten, sondern in einer Art kollektiven gesellschaftlichen Spielens, das alltagszerstreuend wirksam ist (vgl. Krämer, S. 1997). Diese Theorie wird im späteren Verlauf dieses Abschnitts mit bisherigen Erkenntnissen der vorliegenden Arbeit theoretisch verglichen, auf Übereinstimmungen überprüft und herausgearbeitet, inwieweit sich eine neue Funktion der Fotografie innerhalb dieser Analogie darstellt.

Um grundsätzlich die Möglichkeit eines Funktionswandels bzw. mehrerer Funktionen ein und desselben Kommunikationsmediums näher zu beleuchten, wird weiterhin das sogenannte Funktionsmodell des Sprachwissenschaftlers Roman Jakobson vorgestellt (vgl. Jakobson, R. 1960a), beschrieben und zunächst mit der tradierten Gebrauchsweise der Fotografie verknüpft. In einem weiteren Schritt folgt daraufhin ein Bezug des Jakobsonschen Funktionsmodells auf die gegenwärtige mobile digitale Bildpraxis. Es soll an dieser Stelle herausgearbeitet werden, inwieweit von Jakobson klassifizierte Funktionen einer Kommunikation möglicherweise für die Internet basierte Bildpraxis bereits zutreffend sind. Sich hierbei ergebende Gemeinsamkeiten, Unterschiede und Defizite werden mittels analogisierender Verfahrensweise in Kombination mit Sybille Krämers Theorien und unter Berücksichtigung vorheriger Untersuchungen dieser Arbeit herausgestellt. Aus den hieraus gewonnenen Erkenntnissen soll (im Falle nachweisbarer Defizite) eine Synthese abgeleitet werden, inwieweit das Jakobsonsche Funktionsmodell ergänzt, bzw. eventuell eine komplett andere Begrifflichkeit, wie zum Beispiel das bereits genannte Handlungsgefüge der Fotografie, verwendet werden müsste, um die gegenwärtige Funktion einer digitalen mobilen Bildpraxis vollständiger beschreiben zu können.

Zum Abschluss dieses Kapitels folgt schließlich ein kürzerer Abschnitt, der nochmals die Theorien von Sybille Krämer aufgreift und diese im Verhältnis zu bekannten Spieltheorien wie der des Kulturhistorikers Johan Huizinga untersucht. Huizinga begreift das Spiel einerseits als Mittel menschlicher Kommunikation, aber auch zur Verhandlung gesellschaftlicher Prozesse in so verschiedenen Bereichen wie Technik, Politik, Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft (vgl. Huizinga, J. 1934/ 1939). Dass das Spiel mehr als ein einfacher Spaß sein kann, wird an dieser Stelle ergänzend durch ein Beispiel des Medientheoretikers Knut Ebeling aufgezeigt. Ebeling vergleicht hier exemplarisch die internationale Finanzkrise und ihre Mechanismen mit Prozessen des Glücksspiels (vgl. Ebeling, K. 2014).

Dieser letzte Abschnitt betrachtet vor allen Dingen, inwiefern sich die gegenwärtige mobile digitale Bildpraxis mit spielerischen Elementen vergleichen lässt, soll aber ebenso aufzeigen, dass dieses nicht unbedingt, wie bei Krämer beschrieben, eine absolute spaßbetonte Alltagszerstreuung darstellt (vgl. Krämer, S. 1997). Es könnte sich hingegen um wesentlich existenziellere Dinge handeln, wie die Verhandlung der persönlichen Identität sowie soziale und gesellschaftliche Teilhabe.

Es folgt ein letztes Kapitel (Kap. 9 Zusammenfassung und Fazit), innerhalb dessen die Ergebnisse aller bisherigen Untersuchungen der Arbeit ausgewertet und zusammengefasst werden sollen. Abschließend wird ein Ausblick (Kap. 10 Ausblick) auf mögliche weitere Forschungsfelder gegeben, hierzu könnten zum Beispiel Untersuchungen im Diskurs der ANT (Akteur-Netzwerk-Theorie) gehören.

3 Forschungsstand

Die Fotografie wird bis heute in zahlreichen Einzeltheorien diskutiert, eine einheitliche und umfassende "Theorie der Fotografie", die vor allen Dingen auch jüngste Entwicklungen wie die Fotografie im Kontext von Internet und sozialen online Netzwerken thematisiert bzw. das handlungsorientierte Gefüge einer fotografischen Gebrauchsweise untersucht, fehlt leider bisher.

Seit mehr als zwanzig Jahren ist die Sammlung historischer Essays zur Fotografiegeschichte des Kunsthistorikers Wolfgang Kemp, in den neunziger Jahren ergänzt

durch eine Zusammenstellung zeitgenössischer Texte des Kunsthistorikers Hubertus von Amelnx, auf dem Markt (vgl. von Amelnx, H./ Kemp, W. 2006). Anfang der 2000er Jahre erschien ein zweibändiges Handbuch mit Essays, welche die Fotografie auch im Zusammenhang mit wissenschaftlichen und kriminalistischen Gebrauchsweisen reflektieren, herausgegeben von der Kunsthistorikerin Herta Wolf (vgl. Wolf, H. 2003). Dennoch werden noch immer vor allen Dingen Texte des Philosophen Walter Benjamin (vgl. Benjamin, W. 1931/ 2002), von Roland Barthes (vgl. Barthes, R. 1961/ 1964/ 1980) und der Schriftstellerin Susan Sontag (vgl. Sontag, S. 1980) bemüht, wenn es darum geht, Texten zur Fotografie einen fundierten theoretischen Hintergrund zu geben. In seiner 2006 erschienenen und fast 500 Seiten umfassenden Abhandlung zur „Theoriegeschichte der Photographie“ versucht Bernd Stiegler eine gründliche Aufarbeitung der Geschichte der Fotografiethorie. Im Mittelpunkt stehen dabei Überlegungen zur Ästhetik und Wahrnehmungstheorie sowie zur Wissenschafts- und Diskursgeschichte der Fotografie. Ausblicke gelten unter anderem auch der Diskursgeschichte, der Pressefotografie und der allgemeinen Medientheorie (vgl. Stiegler, B. 2006).

Fast alle älteren Texte zur Fotografie beginnen mit einem Staunen über die naturgetreue Wiedergabe der äußeren Umwelt, auf deren Abbildung der Mensch keinen Einfluss auszuüben schien. Sehr schnell aber wird die theoretisch kaum zu erklärende Zwiespältigkeit der Fotografie deutlich: Der Vorgang der Fotoaufnahme ist faszinierend, und scheint objektiv wie kaum etwas anderes zu sein - die Fotografie ist Abbild der Natur. Allerdings ist dieses Bild ein künstliches Produkt, zu dessen Herstellung ein Apparat nötig ist.

Über Fotografie zu sprechen bedeutet, so Bernd Stiegler, zugleich ein Sprechen über den persönlichen Blick. Besonders deutlich wird in seiner Theoriegeschichte, wie mit dem Philosophieren über Fotografie und die vorher niemals gesehenen Perspektiven und Strukturen der Bilder selbst auch die Wahrnehmung des Betrachters, sein Blick durch Erfahrung, Bewusstsein und Kultur verändert und in den Fokus gerückt worden ist. Zum Ende seiner „Theoriegeschichte der Photographie“ kommt Stiegler zu dem Schluss, dass sich Fotografie als eine Zeichenordnung parallel zur Natur verstehen lässt, die als formale Ordnung symbolische Qualitäten, jedoch keine Objektivitäten aufweist. So endet er auf den letzten Seiten seines Buches mit der Feststellung „Wir glauben nicht länger an die Objektivität der Photographie, wohl aber daran, dass

Photographien in spezifischer Weise unsere Wirklichkeit sind“ (zit. Stiegler 2006, S. 470f).

Im Jahr 2013 versucht das Buch „Wozu Bilder? Gebrauchsweisen der Fotografie“, erstmalig einen anderen Blick auf die Fotografie zu werfen (vgl. Baur, A./ Stiegler, B./ Thürlemann, F. 2013). Anlässlich der gleichnamigen Ausstellung in der Villa Merkel in Esslingen vom Dezember 2014 bis März 2015 tragen die Herausgeber Andreas Baur, Felix Thürlemann und abermals Bernd Stiegler historische Fotografien zusammen, die bis 1920 entstanden, und ordnen diese nach ihrem jeweiligen kulturellen Kontext. Es ergeben sich typologisch geordnete Bereiche wie „Bilder der Welt, des Menschen, der Gemeinschaft, der Natur, der Tiere, der Zeit, von Gedanken, Dingen und Räumen“ (zit. Baur, A./ Stiegler, B./ Thürlemann, F. 2013, Inhaltsverzeichnis). Anhand dieser Bereiche sind verschiedene Funktionen der Fotografie abzulesen, die zwar ein umfangreiches, aber dennoch nicht lückenloses Nachschlagewerk darstellen, in welcher Weise die Fotografie innerhalb ihrer geschichtlichen Entwicklung genutzt wurde. Die Funktionen sind zum Beispiel Arrangieren und Allegorisieren, Erinnern und Ereignisse dokumentieren sowie Auslegung und Präsentation von Gemeinschaft. Diese Funktionen wirken sowohl global als auch in sehr differnten Bereichen. Hierzu gehören Privatheit und Öffentlichkeit, kurze und lange Zeitspannen, die sichtbare Umwelt als auch das, was für das menschliche Auge zunächst unsichtbar erscheint, weil es vielleicht zu klein oder zu schnell ist (vgl. Baur, A./ Stiegler, B./ Thürlemann, F. 2013).

Die Herausgeber rücken mit ihrem Buch die Geschichte der Fotografie in ein anderes Licht. Nicht mehr die Bilder selbst sind hierbei von besonderem Interesse, sondern ihre Funktion. Die Bedeutung einer Fotografie wird innerhalb einer derartigen Ausrichtung nicht mehr an der Natur der Fotografie, an ihrem dokumentarischen Wert festgemacht, sondern zeigt sich durch die Auswirkung ihres Gebrauchs. Folgt man dieser Logik, dann bilden Fotografien nicht länger die Wirklichkeit ab, sondern sind selbst Handlungen, die etwas bewirken oder verändern können.

Der Versuch einer derartigen Neupositionierung der Fotografie trägt der gegenwärtigen veränderten fotografischen Gebrauchsweise im Kontext von Handyfotografie, Internet und sozialen Onlinenetzwerken Rechnung, wirft aber ausschließlich einen Blick auf die historische Entwicklung. So werden innerhalb dieses Buches lediglich Beispiele aus dem 19. und frühen 20. Jahrhundert angeführt, die aktuelle digitale Entwicklung der Bilder wird hingegen nicht berücksichtigt. Dies mag richtungswei-

send sein, vermittelt aber keine neuen Einblicke in die zeitgenössische digitale Bildpraxis und erforscht ebenso nicht, inwieweit im Zusammenhang mit dieser von einem Handlungsgefüge gesprochen werden kann bzw. woraus sich dieses zusammensetzt.

Die „Fotografie im Diskurs performativer Kulturen“ war bereits 2006 Thema des 27. Bielefelder Fotosymposiums am Fachbereich Gestaltung der Fachhochschule Bielefeld und Titel des gleichnamigen Buches, das anlässlich des Symposiums einige Zeit später im Jahr 2009 erschienen ist (vgl. Deppner, M. R. 2009). Der Herausgeber Dr. Martin Roman Deppner versammelt hier elf verschiedene Beiträge zuzüglich seines eigenen Vorworts, die allesamt der Frage nachgehen, ob es möglich ist, dass sich der Akt des Fotografierens in das fertige Foto einschreibt. Und zwar in dem Sinn, dass eine bildliche Äußerung dann performativ ist, wenn sie das, was sie bezeichnet, selbst vollzieht.

Die Autoren stecken ein breites Feld der Fotografie ab. So analysiert etwa Robert Felfe fotografische Akte am Werk von Francesca Woodman und Lee Friedlander (vgl. Felfe, R. 2009, S. 18-37), Bernd Stiegler erkundet Performanz als Strategie anhand Andreas Gurskys fotografischer Reise nach Nordkorea (vgl. Stiegler, B. 2009, S. 38-51), Wiebke Leister widmet sich der Geste des Lachens und ihrer Abbildung in Fotos (vgl. Leister, W. 2009, S. 52-67), Dunja Evers beschreibt den künstlerischen Schaffensprozess als einen performativen Akt (vgl. Evers, D. 2009, S. 80-85), anhand verschiedener künstlerischer Beispiele untersucht Oliver Boberg das Verhältnis von Fiktion und Authentizität (vgl. Boberg, O. 2009, S. 86-91), Annette Jael Lehmann analysiert die inszenierte Portraitfotografie am Beispiel von Matthew Brady (vgl. Lehmann, A. J. 2009, S. 104-123), Yvonne Wübben widmet sich dem Begriff des Index im Bezug zur fotografischen Gebrauchsweise in der Medizin (vgl. Wübben, Y. 2009, S. 124-131) und Anna Zika schließlich steckt das Feld einer möglichen performativen Modedefotografie ab (vgl. Zika, A. 2009, S. 132-145). Weiterhin führen zwei Interviews zwischen Lars Mexdorf und Walter Niedermayr (vgl. Niedermayr, W. 2009, S. 68-79) sowie Miklos Gaal (vgl. Gaal, M. 2009, S. 92-103) in deren künstlerisches Werk ein und setzen dieses in Bezug zum genannten Buchthema.

Die für diese Arbeit interessantesten Beiträge stellen das Vorwort von Martin Roman Deppner (vgl. Deppner, M. R. 2009, S. 6-17) sowie der letzte Beitrag von Yvonne Spielmann dar (vgl. Spielmann, Y. 2009, S. 146-156). Spielmann untersucht die Performanz der Fotografie im Wechselspiel mit anderen Medien. Nach ihr zeigt sich die

Kompetenz eines Mediums (in diesem Fall der Fotografie) durch dessen Ausführung mit einem anderen Medium (in diesem Fall dem Film). Spielmann bezeichnet dies als Intermedialität, die zwischen einem älteren und jüngeren Medium stattfindet und die auch rückbezüglich möglich ist (folglich, dass sich Elemente des Films in der Fotografie ausdrücken) (vgl. Spielmann, Y. 2009, S. 146-156).

Diese Intermedialität findet sich auch innerhalb des in dieser Arbeit untersuchten sogenannten Handlungsgefüges der Fotografie, im Zusammenspiel von Handyfotografie, Internet und sozialen Onlinenetzwerken wieder. Der handlungsrelevante Aspekt entwickelt sich besonders durch die neuen technischen Möglichkeiten, dass sich die via Handykamera generierten Bilder über digitale soziale Netzwerke distribuieren und rezipieren lassen. Folgt man Spielmann, dann findet hier eine Ausführung der Kompetenz eines älteren durch ein jüngeres Medium statt (vgl. Spielmann, Y. 2009, S. 146-156). Allerdings berücksichtigt Spielmann in ihren Ausführungen diese aktuellen technischen Entwicklungen nicht.

In seinem Vorwort wiederum spannt Martin Roman Deppner einen weiten Bogen über mögliche Forschungsansätze hinweg, die die Fotografie als Handlungsmodell beschreiben könnten. Er spricht zunächst das wie zuvor beschriebene Konzept von Yvonne Spielmann an. Weiterhin sieht er eine Möglichkeit darin, Fotografie als performativen Akt zu begreifen, in einer Medientheorie die Medien (in diesem Fall die Fotografie) als Realität generierendes Verfahren herausarbeitet. Er benennt außerdem die Anschlussmöglichkeit aktueller Handlungstheorien an die Fotografie, die das Bild nicht mehr als Repräsentationsmittel begreifen, sondern als Ausführung dessen sehen, was es zeigt. Schließlich führt Deppner die Theorie Jacques Derridas an, nach der ein performativer Akt auch dann stattfindet, wenn durch ein Medium Äußerungen getätigt werden, bei denen es sich um Zitate oder Wiederholungen kultureller Symbole handelt (vgl. Deppner, M. R. 2009, S. 6-17).

Die Frage, ob es möglich ist, dass sich der Akt des Fotografierens in das fertige Foto einschreibt, beantwortet der Sammelband, folgt man einer Kurzrezension des Kehrerverlags, mit „ja“ (vgl. Kehrer Verlag, Abg. Aug. 2016). Allerdings werden innerhalb der verschiedenen Beiträge hauptsächlich einzelne voneinander getrennte Bereiche der Fotografie diskutiert und analysiert, bei denen sich der performative Charakter der Fotografie zeigt oder zeigen könnte, dazu gehören auch die Inszenierung eines Bildes, die Normen der Dokumentarfotografie, Experimente im Fotolabor, künstlerische Konzepte und Arbeitsweisen. Tatsächlich widmet sich keiner der Beiträge einer

Zusammenführung der gegenwärtigen digitalen fotografischen Bildpraxis und einer Untersuchung des wie in dieser Arbeit besprochenen komplexen Handlungsgefüges, bestehend aus Aufnahme, Distribution in den digitalen sozialen Netzen sowie der Rezeption der jeweiligen Bilder. Lediglich der Beitrag von Yvonne Spielmann spricht, wie beschrieben, eine sogenannte Intermedialität zwischen verschiedenen Medien an, bezieht diese aber nicht auf jüngste mediale Tendenzen (vgl. Spielmann, Y. 2009, S. 146-156). Martin Roman Deppner wiederum macht in seinem Vorwort ausschließlich Hinweise auf mögliche theoretische Bezüge, aber da es sich bei seinem Text um eine Einführung in den Sammelband handelt, werden bis auf die Nennung von Derrida keine konkreten Theorien aufgeführt und weiter führende Untersuchungen angestellt (vgl. Deppner, M. R. 2009, S. 6-17). Die von Deppner benannten theoretischen Diskurse lassen sich dennoch auf Theorien von Philippe Dubois und Horst Bredekamp beziehen, die Überlegungen in den von Deppner genannten Feldern angestellt haben. Dubois beschreibt Fotografien in ihrem Zusammenspiel von Herstellung und Rezeption als „Bildakt“ und konstatiert, dass innerhalb der Rezeption eines Fotos die tradierte Trennung zwischen der fertigen Nachricht und dem Akt der Aufnahme aufgehoben werden müsste (vgl. Dubois, P. 1998). Da diese Gedanken aber bereits in den 90er Jahren formuliert wurden, berücksichtigen sie nicht die jüngsten Entwicklungen der Handyfotografie und ihrer Vernetzung mit dem Internet. Bredekamp wiederum versucht, innerhalb seines 2010 erschienen Buches „Theorie des Bildakts“ herauszufinden wie Bilder Handlungen provozieren bzw. produzieren können und innerhalb eines Bildakts das erzeugen, was sie selbst darstellen (vgl. Bredekamp, H. 2010). In den von ihm genannten Beispielen bezieht sich Bredekamp allerdings ausschließlich auf tradierte Formen des Bildgebrauchs wie das „Tableau vivant“ mit dessen modischem Höhenpunkt Ende des 18. Jahrhunderts oder Bilderstürme des Ikonoklasmus. Einen Bezug zur gegenwärtigen digitalen Bildpraxis leistet Bredekamps Analyse hingegen nicht, das innerhalb dieser Arbeit vielfach genannte Handlungsgefüge der Fotografie findet in seinen Überlegungen keinen Platz. Beide Ansätze von Dubois und Bredekamp werden im weiteren Verlauf dieser Arbeit im Verhältnis der zugrunde liegenden These ausführlicher untersucht.

Eine jüngste Entwicklung der Fotografietheorie zeichnet sich gegenwärtig am Institut für Kunstwissenschaft der Kunsthochschule Braunschweig innerhalb des Graduiertenkollegs „Das Fotografische Dispositiv“ ab (vgl. DFG Graduiertenkolleg 1843, abg.

Aug. 2016). Verantwortliche Wissenschaftlerinnen sind die Kunsthistorikerinnen Dr. Katharina Sykora sowie Dr. Victoria von Flemming. Das Forschungsprogramm hat den Schwerpunkt, gezielt und ausschließlich das Fotografische als Handlung zu untersuchen. Es werden Ansätze aus der Film- und Medienwissenschaft sowie philosophische, soziologische und philologische Theorien im Verhältnis zur Fotografie diskutiert. „Das Kolleg versteht das fotografische Dispositiv [...] als ‚Handlung zu fotografischen Konditionen‘, die sowohl fotografische Bilder wie auch fotografische Bildvorstellungen und Bildeffekte hervorbringen kann, aber nicht muss.“ (zit. DFG Graduiertenkolleg 1843, abg. Aug. 2016) heißt es auf der Webseite des Forschungsprogramms. Das Handlungsgefüge der Fotografie wird hier als Bedingung festgelegt, deren Gültigkeit im Verlauf des auf drei Jahre angelegten Studienprogramms untersucht werden soll. „Ziel ist es, [die] Gültigkeit für das Fotografische zu prüfen, Differenzen herauszuarbeiten und ein offenes, operatives Konzept des fotografischen Dispositivs zu entwickeln. Dabei soll ein zu enges, rein mechanistisch gedachtes Dispositivverständnis vermieden werden, das die fotografische Bildentstehung und -wahrnehmung als apparativen Automatismus mit normativer Kraft versteht und das Subjekt vor und hinter der Kamera sowie den diskursiven Kontext weitgehend unberücksichtigt lässt.“ (zit. DFG Graduiertenkolleg 1843, abg. Aug. 2016)

Folgt man den auf der Webseite eingetragenen Forschungsvorhaben der Studierenden, so werden zum Beispiel Promotionsvorhaben genannt wie „Gefundene Fotografie und fotografisches Archivmaterial im Kontext zeitgenössischer Kunst aus dem Nahen Osten. Geschichtsschreibung - Identitätsbehauptung - Fiktion.“, von Daniel Berndt, „Ausstellungsfotografie - ein Genre zwischen Dokumentation und Inszenierung.“, von Yvonne Bialek, „'Let Truth be the Prejudice!?' Bildstrategien im Diskursfeld zur Wahrheit fotografischer Bilder in der professionellen fotografischen Praxis nach der Etablierung der digitalen Technik“, von Daniel Bühler oder „'Bilder ... und wie man sie macht.' Amateurfotografie, betriebliche Mitbestimmung und technologische Innovation in der BRD der 1970/1980er-Jahre“, von Cornelia Durka (zit. DFG Graduiertenkolleg 1843, abg. Aug. 2016).

Das für die hier vorliegende Arbeit interessanteste Vorhaben scheint die Forschungsarbeit von Carolin Anda zu sein, die sich mit stereotypen privaten Urlaubsaufnahmen und deren Verbreitung bzw. Rezeption in sozialen Netzwerken befasst. Anda begreift das „sharing“ derartiger touristischer Privatfotografie als eine zeitgenössische Form der Bildarchivierung zur Erschaffung persönlicher (digitaler)

Erinnerungsräume. Ziel der Arbeit ist es, einerseits Selbstdarstellungsprozesse innerhalb der Urlaubsfotografien ausfindig zu machen und andererseits Interaktionsmechanismen innerhalb der sozialen Onlinenetzwerke zu bestimmen. Diese sollen analysiert und ästhetische, kulturelle sowie fototheoretische Parallelen sichtbar gemacht werden. Obwohl Anda sich explizit mit dem Zusammenspiel von bestimmten stereotypen Fotografien, dem Internet und kulturellen Gebrauchsweisen beschäftigt, liegt ihr Schwerpunkt insbesondere darin, eine Intermedialität festzustellen, indem das ältere Medium (die Fotografie) mit seiner Funktion, Erinnerungen zu speichern, durch das neuere Medium (das Internet) zur Ausführung gebracht wird (vgl. DFG Graduiertenkolleg 1843, abg. Aug. 2016). Dieses steht im Kontrast zu der hier vorliegenden Arbeit, in der es eben nicht um das erinnernde Potential von Handyfotografie und sozialen Onlinenetzwerken geht, sondern gerade darum, dass diese neue Form der Bildpraxis nicht mehr einen erlebten Moment langfristig dokumentiert, sondern dass die Inhalte der produzierten Bilder vielmehr bedeutungslos sind, sich die Funktion der Fotografie erst durch den fotografischen Akt innerhalb des vielfach genannten Handlungsgefüges der online basierten Handyfotografie ergibt und visuelle wie soziale Stereotype evoziert sowie diese zur Bedingung hat.

Im Zusammenhang mit dem Graduiertenkolleg „Das Fotografische Dispositiv“ wird es ab Herbst 2016 (November) eine Buchveröffentlichung mit dem Titel „Fotografisches Handeln: Das fotografische Dispositiv, Band 1“ geben, der als Sammelband Beiträge von Mitgliedern des Kollegs (und anderen) enthält bzw. durch diese herausgegeben wird, wie zum Beispiel Bettina Lockemann oder Ulrike Bergermann (vgl. Becker, I./ Lockemann, B./ Köhler, A./ Krahn, A. K./ Sandrock, L. 2016).

Sowohl das Forschungskolleg an der Kunsthochschule Braunschweig als auch das neu erscheinende Buch betrachten die Fotografie erstmalig in ihrer Geschichte als sogenanntes Handlungsgefüge, im Bezug zu zeitgenössischen Gebrauchsweisen der Fotografie. „Künstlerische und kuratorische Praktiken sind ebenso Gegenstand der Untersuchungen wie die Verteilung von Bildern im Internet, die Verflechtungen politischer Aktion mit dem Medium Fotografie, die Relevanz fotografischer Bilder in der Akteur-Netzwerk-Theorie oder die Verwendung des fotografischen Porträts in Handlungen der Identifizierung.“, heißt es in einer Buchankündigung bei Amazon (zit. Amazon, ‚Fotografisches Handeln: Das fotografische Dispositiv, Band 1‘, abg. Sept. 2016).

Welche neuen Sichtweisen und Erkenntnisse sich daraus für die weitere Fotografie-

forschung ergeben, wird sich erst in der Zukunft zeigen. Es macht allerdings schon jetzt deutlich, dass das Fotografische als Handlung innerhalb der Fototheorie bisher noch nicht ausreichend und differenziert genug untersucht wurde. Theorien hierzu müssen präzisiert und auf die geschichtliche Entwicklung sowie auf aktuelle mediale Tendenzen bezogen werden. Aufgrund dieser Forschungslage setzt die hier vorliegende Arbeit genau innerhalb dieses Bereichs an.

Die Handyfotografie als fotografische Alltagspraxis im Verhältnis zu Internet und sozialen Onlinenetzen und die mit dieser Gebrauchsweise einhergehenden visuellen und sozialen Stereotype werden unter handlungsrelevanten Aspekten untersucht. Die veränderte Funktion der Fotografie im Vergleich zu tradierten repräsentativen Gebrauchsweisen soll deutlich gemacht werden, und dass diese Funktion vor allen Dingen und ausschließlich durch ein technisches, mediales, soziales und visuelles Zusammenspiel ermöglicht wird, für das die Netzwerkstruktur des Internets Voraussetzung ist.

4 Hintergrundinformationen: Was ist Social Media?

Mit der Formulierung „soziale Medien“ (englisch „Social Media“), sind Anwendungen im Internet gemeint, die zu Kommunikationszwecken, als Netzwerk und zum Austausch von Inhalten verwendet werden. Internetnutzer veröffentlichen ihre Daten im Netz. Diese sogenannten „user-generated contents“ (deutsch „nutzergenerierte Inhalte“) können gemeinschaftlich mit anderen weiterentwickelt werden.

Bei diesem Prozess besteht zusätzlich ein großer Anteil aus dem Austausch der Nutzer untereinander. Eine gewöhnliche Webseite oder Homepage bietet ausschließlich Informationen an. Hier gibt der Seitenanbieter vor, was die Besucher zu lesen und zu sehen bekommen. Soziale Netzwerke im Internet wie Facebook oder YouTube stellen hingegen erst einmal nur ein leeres Gerüst dar: nur durch die Beiträge, die die Nutzer selbst generieren, also die hochgeladenen und veröffentlichten Filme, die geteilten Kommentare und die individuellen Profilseiten, werden die vorhandenen Daten sichtbar und umgestaltet (vgl. Böker, K.-H./ Demuth, U./ Thannheiser, A./ Werner, N. 2013, S. 9).

4.1. Geschichte und Technik

Bis in die frühen 2000er Jahre hinein war das Internet ein reiner Informationsdienst. Fast alle Angebote arbeiteten mit der sogenannten „one to many“ - Kommunikation: Jemand versendet Daten bzw. einzelne Informationen, die anderen Nutzer rezipieren diese lediglich. In etwa seit dem Jahr 2004 wird das Internet verstärkt durch Anwendungen geprägt, die die Nutzer interaktiv mit einbeziehen. Sie lassen sich unter dem Begriff „Web 2.0“ zusammenfassen. In Anlehnung an die Benennung neuer Softwareversionen ist damit quasi eine neue Version des Netzes gemeint. Die Benennung „2.0“ soll die weitere Entwicklung sichtbar machen. Im aktuellen Gebrauch wird „Web 2.0“ jedoch immer häufiger durch die englische Form von „soziale Medien“, also dem Begriff „Social Media“, abgelöst. Seit einiger Zeit vermischen sich außerdem die Grenzlinien von „Web 1.0“ und „Web 2.0“: Auch reine Informationsanbieter wie Nachrichtenportale binden die Leser ein, indem sie Kommentare zulassen oder es ermöglichen, dass ein Artikel weiterempfohlen wird.

Allerdings setzt sich das Internet nicht ausschließlich aus den bunten Seiten des „World Wide Web“ zusammen. Es war bereits wesentlich früher ein Medium der Kommunikation, nämlich etliche Jahre, bevor die sogenannten „sozialen Medien“ entstanden. Bedeutend früher als Webseiten - die ersten gingen Anfang der 90er Jahre online - kannte man bereits den aktiven Nachrichten- und Datenaustausch über das Netz. Neben dem E-Mail-Dienst gab und gibt es Chat-Foren, die auch als „schwarze Bretter“ bezeichnet werden. Bei Letzteren handelt es sich um öffentliche Nachrichtenwände, die schon seit drei Jahrzehnten dem Austausch zwischen Menschen dienen, die gemeinsame Interessen haben.

Inzwischen findet jedoch ein immer größerer Teil der Kommunikation im Netz über die bereits erwähnten „sozialen Medien“ statt. Ob gemeinsames Arbeiten oder private Kommunikation, Dank vieler neuer Anwendungen, und täglich kommen weitere hinzu, können Nutzerinnen und Nutzer nicht nur kommunizieren, sondern auch an der Produktion von Inhalten mitwirken. Ermöglicht wird das durch Software, deren Bedienung relativ unkompliziert ist. Auch ohne die technischen Hintergründe zu kennen, ist es sehr einfach und schnell, mit einem einzigen Tastenklick Textbeiträge zu verfassen, Bilder online zu stellen, einen Abschnitt im Online-Lexikon Wikipedia hinzu zu fügen, einen Link zu teilen, seine Meinung im Blog zu veröffentlichen oder einen Kommentar kundzutun. Soziale Medien sind also vor allem durch Interaktion und kollaborative Elemente geprägt. Bestehende Inhalte können zudem über offene Pro-

grammierschnittstellen neu kombiniert werden. Beispielsweise lassen sich Kalender oder Landkarten in die eigene Homepage integrieren. Ein wesentlicher Teil des Erfolgs von dem weltweit bekanntesten sozialen Netzwerk „Facebook“ kommt daher, dass eigenständige Firmen, zum Beispiel von Onlinespielen, über offene Schnittstellen „andocken“ können.

Soziale Netzwerke, also „Social Media“, bezeichnet folglich einen Entwicklungsschritt innerhalb des Netzes, der technisch nicht unbedingt bahnbrechend sein mag, denn die Basisinnovation ist das Internet mit seinen Möglichkeiten der Verknüpfung, wie es seit einigen Jahrzehnten bekannt ist. Aber das Beschriebene wirkt sich stark darauf aus, wie das Netz genutzt und wahrgenommen wird. Die Art, Informationen zugänglich zu machen und zu verarbeiten, also auch die Art der menschlichen Kommunikation, hat sich grundlegend geändert (vgl. Böker, K.-H./ Demuth, U./ Thannheiser, A./ Werner, N. 2013, S. 10-11).

4.2. Soziale Netzwerke

Eine große gesellschaftliche Aufmerksamkeit gilt seit einigen Jahren vor allem der breiten Vielfalt an sozialen Onlinenetzwerken. Auch, wie im vorigen Abschnitt beschrieben, als „Social Networks“ bekannt, tragen sie den sozialen Aspekt ihrer Wirkungsweise schon in ihrer Bezeichnung. Mit ihnen ist es dem Internetnutzer möglich, sich über räumliche, politische und kulturelle Grenzen hinaus mit anderen Menschen zu verbinden und in Kontakt zu treten. Jeder der aktiv in sozialen Netzwerken mitwirkt, verfügt dabei in der Regel über ein eigenes Online-Profil, welches mit persönlichen Daten versehen werden kann. Hier sind unter anderem Informationen zu Alter, Geschlecht, Wohnort und Hobbies ersichtlich. Produzierte Inhalte in Form von Kurztönen, Fotografien oder Videoclips können mit einer breiten Öffentlichkeit oder mit ganz bestimmten Nutzergruppen geteilt werden. Die Kombination zweier Nutzerprofile kann die Offenlegung sämtlicher Daten des jeweils anderen Profils zur Folge haben, weshalb sich registrierte Mitglieder in den meisten Fällen mit Personen verbinden, die ein ähnliches Interessensgebiet verfolgen oder die sich untereinander kennen. Eine Verknüpfung von zwei Profilen bedeutet im digitalen Alltag jedoch nicht unbedingt auch einen hohen Kommunikationsaustausch. Vielmehr werden oft Kontakte der „Freundesliste“ hinzugefügt, damit diese indirekt über neue Lebensereig-

nisse der Anderen auf dem Laufenden gehalten werden, ohne dass hier ausreichend miteinander interagiert wird (vgl. Grabs, A./ Bannour, K.-P. 2012, S. 263-64). Als Hauptgründe für die Nutzung sozialer Netzwerke lassen sich die Kontaktpflege mit Freunden und Bekannten und der Austausch zu gleichen Interessen nennen (vgl. BITKOM 2013a, S. 29).

Als die drei bekanntesten sozialen Plattformen sind hier Facebook, Google+ und der Kurznachrichtendienst Twitter aufzuzählen. Innerhalb der letzten Jahre konnten sich jedoch auch zahlreiche neue Angebote an sozialen Netzwerken etablieren, die sich meist an eine bestimmte Interessensgruppe wenden. Beispiele hierfür sind Pinterest, Instagram oder Snapchat, drei Netzwerke, welche stark die Verbreitung von Bildinhalten fokussieren, Xing, das vorrangig die Kontaktverbindung auf beruflicher Ebene behandelt und Miiverse, entwickelt vom Hersteller Nintendo für die hauseigene Videospielekonsole Wii U.

Der Stellenwert sozialer Onlinenetzwerke kann als sehr hoch eingestuft werden. Allein in Deutschland waren bereits 2013 mehr als 78 Prozent der Internetnutzer in einem sozialen Netzwerk angemeldet (Tendenz steigend). 67 Prozent sind aktive Nutzer, und das am Stärksten frequentierte Netzwerk ist Facebook. 56 Prozent der aktiven Nutzer geben an hierüber vernetzt zu sein (vgl. BITKOM 2013a, S. 3). Die Ergebnisse einer Studie der Forschungsagentur InSites Consulting zeigen auf, dass sich auf internationaler Ebene 70 Prozent aller Internetnutzer in sozialen Netzwerken wiederfinden lassen und 400 Millionen Personen sich zu einem täglichen Besuch des Sozialen Netzwerks Facebook bekennen. Den Studienergebnissen nach verfügen zudem 38 Prozent der weltweiten Internetnutzer über ein Smartphone. Soziale Netzwerke werden daher von Smartphone-Inhabern aufgrund der hohen Mobilität ihres Gerätes intensiver genutzt als von Personen, in deren Besitz sich kein solches Mobiltelefon befindet (vgl. InSites Consulting nv 2011). Die Kombination von Smartphone und sozialem Netzwerk ermöglicht außerdem eine einfache Distribution von multimedialen Inhalten in Form von Fotografien, Videoclips und Audioaufnahmen.

Waren es 2010 noch 30 Prozent aller Internetanwender, die mittels Smartphone auf soziale Netzwerke zugriffen, belief sich die Zahl ein Jahr später bereits auf 46 Prozent (vgl. tns infratest 2011). Das im Vergleich zum Smartphone noch relativ gering verbreitete Tablet führt auf eine weitaus geringere Nutzung sozialer Netzwerke hinaus, da bei Tablets vielmehr das Abrufen von Webseiten und die E-Mail-Kommunikation im Vordergrund stehen (vgl. van Eimeren, B./ Frees, B. 2012, S.

362-379).

Die bequemste Nutzung eines sozialen Netzwerks wird unter Einsatz der passenden Applikation möglich gemacht. Zwar bieten vereinzelte Plattformen auch eine mobile Webversion ihres Internetauftritts an, jedoch ziehen 85 Prozent aller Smartphone- und Tablet-Nutzer eine App der mobilen Webseite vor, da sie die Anwendung praktischer, schneller und leichter bedienbar macht (vgl. BITKOM 2013b). So kann ortsunabhängig das eigene Onlineprofil mit neuen Inhalten versehen, Updates von Freunden und Bekannten abgerufen und Chats mit anderen Mitgliedern aufgebaut werden. Entsprechende Einstellungen generieren darüber hinaus automatisierte Benachrichtigungen, um Neuigkeiten umgehend zu erhalten, ohne die App direkt aufzurufen.

4.3. Das Smartphone

Ein Smartphone kombiniert die Funktionen eines Handys und die eines sogenannten PDAs (Personal Digital Assistant). Die Grundfunktionen sind selbstverständlich das Telefonieren und der SMS-Versand (Short Messaging Service). Zusätzlich zu diesen Möglichkeiten lassen sich Smartphones mit einer unerschöpflichen Menge an Applikationen von Drittanbietern aufrüsten und haben normalerweise einen farbigen hochauflösenden Bildschirm, der berührungsempfindlich reagiert. Sie ermöglichen unter anderem Text- und Bildbearbeitungen, eine Anbindung ins Internet per drahtloser Verbindung und das Abspielen von Multimediainhalten. Da das Smartphone so viele verschiedene Aufgaben erfüllt, wird es auch gern als „Computer für die Hosentasche“ bezeichnet (vgl. Ebers, S. abg. Mai 2015).

Im Jahr 1992 wurde eines der ersten Smartphones in den USA von dem Unternehmen IBM entwickelt und trug den Namen „IBM Simon“. Bereits damals verfügte dieses Gerät über weitere Funktionen wie die Option, E-Mails und Faxe zu verschicken, die Nutzung eines Kalenders und Adressregisters und Anwendungen mobiler Computerspiele. Es hatte ein Gewicht von 511g und war außerdem das erste Gerät, das mit einem sogenannten Touchscreen, also einem berührungsempfindlichen Monitor, versehen war (vgl. Steimels, D. 2012). Zum Vergleich: Aktuelle Smartphones wiegen meist zwischen 110 und 190g. Im Jahr 1996 entwickelte der Konzern Nokia ein neues bahnbrechendes Gerät, den sogenannten „Nokia 9000 Communicator“, was als

erstes wirkliches Smartphone den mobilen Zugang ins Internet ermöglichte (vgl. Ebers, S. abg. Mai 2015).

Einige Jahre später, 1999, entwickelte der Technologiekonzern Toshiba das „Toshiba Camesse“. Dieses Gerät war zwar kein Smartphone, wie man es sich normalerweise vorstellt, aber dennoch das erste mobile Telefon mit einem eingebauten Fotoapparat, der bei den aktuellen Smartphones zum Standardumfang gehört. Ein großer Unterschied zu früheren Handys ist, dass die aktuellen Smartphones sehr dünn gebaut und nur wenige Millimeter dick sind. Sie bestehen inzwischen lediglich aus einem rechteckigen Display und verfügen nicht mehr über eine tatsächliche Tastatur, deren Tasten herunter gedrückt werden können. Stattdessen werden sie über empfindliche Bildschirme durch entsprechende Berührungen, dem sogenannten Touchscreen, bedient (vgl. Schnettler, S. 2013). Der Leistungsumfang der Geräte entwickelt sich kontinuierlich weiter und macht den Gebrauch von normalen Laptops oder Heimcomputern vielfach unnötig. Aufgrund der Nutzung mobilen Internets ist es möglich, viele Aufgaben von unterwegs zu erledigen, und auch die angebotenen Applikationen führen dazu, dass das Smartphone perfekt an die eigenen Aufgabenstellungen und Erwartungen angepasst werden kann.

Wie beliebt Smartphones bereits sind, lässt sich auch daran erkennen, wie sehr sie mittlerweile in den meisten deutschen Haushalten verbreitet sind. Statistiken zeigen, dass es im Frühjahr 2009 noch rund 6,3 Millionen Nutzer gab, im Herbst 2012 stieg die Anzahl bereits auf 29,5 Millionen (vgl. Statista 2013). Von allen digitalen Endgeräten weist das Smartphone mit durchschnittlich 3 Stunden Verwendung täglich zudem die größte Nutzung auf (vgl. Handschack, M. 2012).

4.3.1. Mobile Apps

Eine App, die Kurzform für „Application“, ist eine Software-Anwendung, die speziell für Smartphones entwickelt wurde. Mit ihrer Hilfe lassen sich Smartphones vom Nutzer individuell auf die eigenen Bedürfnisse anpassen, dies auch deshalb, weil es für fast jede erdenkliche Anwendungsmöglichkeit im Alltag wie auch beruflich eine passende Applikation gibt. So existieren zum Beispiel Apps zur Wettervorhersage in verschiedenen Regionen, zum Aufnehmen und Bearbeiten von Bildern, zum einfachen

Online-Bestellen zum Beispiel von Fahrtickets der „Deutschen Bahn“ oder zum Aufrufen digitaler Fahrplaninformationen, wie etwa dem der „BVG“ in Berlin.

Dadurch, dass Smartphones immer beliebter werden, nimmt auch die Nutzung und der Bedarf an Apps für diese Geräte kontinuierlich zu. Während im Jahr 2009 in der Bundesrepublik ca. 89 Millionen Applikationen geladen wurden, waren es 2 Jahre später bereits 962 Millionen (vgl. Statista 2014a).

4.3.2. Mobiles Internet

Einer der wichtigsten Bestandteile für die Nutzung von Smartphones ist die Verfügbarkeit einer mobilen Verbindung zum Internet. Dies ermöglicht die Zeit ungebundene und Ort unabhängige Verwendung desselben und gestattet dem Nutzer jederzeit einen Zugriff auf Onlineinhalte. Hierfür ist eine entsprechende Mobilfunktechnologie notwendig, die in der Bundesrepublik seit den 50er Jahren entwickelt wird und sich seither einem stetigen Wandel und unaufhaltsamem Progress unterzieht. Bereits in den Jahren 1952 bis 1977 stellte die Deutsche Bundespost den sogenannten „Öffentlichen Mobilen Landfunk“ zur Verfügung, ein analoges Funknetz. In den nächsten Jahren entwickelten sich weitere Netze, die durch unterschiedliche Buchstabenkombinationen voneinander differenziert werden können.

Zunächst war durch die analoge Übertragungsmethode ausschließlich eine Transponierung der Sprache möglich. In der Folge gelang es durch die sogenannte GSM-Norm (Global System for Mobile Communications) einen Standard herzustellen, mit dem auch in den digitalen Netzen umfangreichere Datenmengen übermittelt werden konnten. Es entstanden unterschiedlichste Techniken zur Übertragung des Mobilfunks, dazu gehörten zum Beispiel GPRS, EDGE oder UMTS, die fortlaufend eine verbesserte und noch schnellere Übertragung der Daten ermöglichten. Der aktuelle Generationenstandard (4G) namens LTE (Long Term Evolution) ist seit Mitte 2010 in der Bundesrepublik nutzbar. Durch eine sehr schnelle Übermittlung, die bis zu 100 Megabyte pro Sekunde erreichen kann, ist es möglich, eine schnelle Internetverbindung auch an solchen Orten zu realisieren, an denen ansonsten keine Breitbandanschlüsse für eine DSL-Nutzung vorhanden sind. LTE wird kontinuierlich in Deutschland weiter ausgebaut, um möglichst der gesamten Bevölkerung den aktuellen Standard zugänglich zu machen (vgl. Ebers, S. abg. Mai 2015).

Der Stellenwert des mobilen Internets ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Die stark angewachsene Zahl der Nutzer setzt diesbezüglich eine gute Infrastruktur voraus. So nutzten im Jahr 2012 bereits 50 Prozent der Internetanwender das mobile Netz über ein Smartphone (vg. Statista 2014b).

4.4. Wie sozial sind soziale Netzwerke?

Der Begriff des Sozialen (von lat. ‚socialis‘) findet eine ähnliche Bedeutung in den Beschreibungen „gesellschaftlich“ oder auch im übertragenen Sinn in „gemeinnützig, hilfsbereit, barmherzig“ wieder (vgl. Bibliographisches Institut GmbH, ‚sozial‘, abg. Juli 2016). Folgt man den Erklärungen zu „Social Media“ in den vorangegangenen Abschnitten dieser Arbeit, so dienen diese zu allererst der gemeinsamen Kommunikation, dem Informationsaustausch und der kollektiven Wissensgenerierung vieler unterschiedlicher Menschen - und dies, aufgrund der grenzüberschreitenden Wirkung digitaler online Aktivitäten, meist tatsächlich global. Bei der Nutzung sozialer Medien lässt sich daher durchaus von einem gesellschaftlichen, also sozialen, Phänomen sprechen. Der gemeinsame Datenaustausch trägt selbstverständlich dazu bei, dass diese Form der Kommunikation als gemeinnützig und hilfsbereit beschrieben werden kann. Positive Effekte, die natürlich auch immer in ihr Gegenteil verkehrt werden können. Das heißt, innerhalb der Nutzung sozialer Medien kann es zum Beispiel zu Formen sozialer Ausgrenzung, sozialen Mobbing oder sozialen Rückzugs kommen, ganz, wie man es aus analogen gesellschaftlichen Bereichen kennt.

Neben diesem grundsätzlichen Aspekt tragen Medien, und entsprechend auch Soziale Medien, zu einer Sozialisation ihrer Nutzer bei. Mit dem Begriff der Sozialisation ist die lebenslange Entwicklung beziehungsweise Veränderung der menschlichen Persönlichkeit in Abhängigkeit von den sie umgebenden sozialen und materiellen Bedingungen beschrieben (vgl. Hurrelmann, K./ Ulich, D. 1991, S. 8). Zu diesen Umwelten eines Menschen gehören auch die Medien, aber natürlich nicht nur diese. Weitere sozialisationsrelevante Umweltausschnitte sind laut sozialwissenschaftlicher Untersuchungen die Familie, Kindergruppen und Peers, Schule, Beruf und Arbeit oder die Zugehörigkeit zu weiteren gesellschaftlichen Institutionen (wie zum Beispiel das Militär). Dies bedeutet nicht, dass die Medien ausschließlich potentiell wirksam

sind, sondern sie sind es innerhalb eines Bündels weiterer sich gegenseitig beeinflussender Bedingungen (vgl. Lukesch, H. 1999, S. 59).

In der Vergangenheit sind verschiedenste Persönlichkeits- und Verhaltensbereiche wissenschaftlich untersucht worden, bei denen eine besondere Einflussnahme durch Medien vermutet wurden. Dazu gehörten zum Beispiel Gewaltbereitschaft, Vorurteile, Feindbilder, Angst, Geschlechterrollen, Wissen oder Selbstkontrolle - um nur einige zu nennen (vgl. Lukesch, H. 1999, S. 63).

Zur Illustration soll jedoch ein anderer Aspekt beschrieben werden, nämlich der der Stereotypisierung und der damit möglichen Vorurteilsinduktion. Als Beispiel sei hier der Bereich der unterschiedlichen Geschlechterrollendarstellung herausgegriffen. In vielen Gesellschaften haben sich Ansichten darüber herausgebildet, was es heißt, eine typische Frau oder ein typischer Mann zu sein (vgl. Schenk, H. 1979/ Maccoby & Jacklin, 1975). Frauen werden zum Beispiel vielfach Attribute wie „warmherzige Ausstrahlung“ oder „emotionale Ausdrucksfähigkeit“ attestiert. Männern hingegen wird „hohe Leistungsbereitschaft“ und „Kompetenz“ zugeschrieben. Den verschiedenen Eigenschaften werden unterschiedliche Wertigkeiten zugestanden, ein höheres oder geringeres Prestige ist mit ihnen verbunden (vgl. Stockard, J./ Johnson, M. 1980). Merkmale, die für die männlichen Stereotype stehen, werden häufig positiver bewertet als die des Weiblichen. Haben sich solche Stereotype erst einmal herausgebildet, und dabei ist es gleich, aus welchen geschichtlichen, religiösen oder ökonomischen Gründen sie entstanden sind, immer ist damit eine Tendenz dazu verbunden, dass sie gesellschaftlich bestätigt werden. Stereotype dieser Art sind einfach zu handhaben und stellen leicht wiedererkennbare Floskeln in der Kommunikation dar. Da sie vielfach als „soziale Selbstverständlichkeit“ gelten, ist ihr Vorhandensein in den Medien zunächst oft nicht leicht durchschaubar (vgl. Hofstätter, P. 1966). Da aber heutzutage die Gleichstellung von Frau und Mann nicht nur allgemein gesellschaftlich kommuniziert wird, sondern auch rechtlich festgelegt ist, sind Medien zu einem beliebten Beobachtungsobjekt geworden. Wie Statistiken dazu zeigen (vgl. Weiderer, M. 1992), war zwischen den 70er und 90er Jahren besonders das im Fernsehen vermittelte Frauenbild deutlich hinter dem Anspruch nach Gleichbehandlung anzusiedeln: Ganz unabhängig davon, ob man Studien aus den Vereinigten Staaten oder der Bundesrepublik analysiert (vgl. Küchenhoff, E. 1975), in den diversen Fernsehgenres sind Frauen von der Anzahl her unterrepräsentiert. Dieses starke Missverhältnis hat sich bis heute zwar etwas verbessert, ist aber noch lange nicht

ausgeglichen (vgl. Wieland, A. 2015). Damit sie in den Medien sichtbar werden, sind besonders positive Merkmale des Aussehens und der Jugendlichkeit von entscheidender Bedeutung und von wesentlich stärkerer Relevanz als für Männer. Frauen werden auch deutlich öfter darüber definiert, ob sie alleinstehend, verheiratet, kinderlos oder Mutter sind und nur in geringerem Maße über ihren beruflichen Erfolg oder Misserfolg. Daneben werden durch diverse unterschwellige Informationen die Rollen von Männern und Frauen differenziert, zum Beispiel die "Abstrafung" im Beruf erfolgreicher Frauen durch privaten Misserfolg im Bereich der Familie (vgl. Rucktäschel, A. 1991, S. 6-8).

Sicherlich ist an dieser Stelle auch die Frage zu stellen, ob die beschriebenen Medienangebote von den Rezipienten ebenfalls so aufgenommen werden, das heißt, ob sie entsprechend ihrer offen oder auch unterschwellig kommunizierten Botschaften für das eigene Verhalten sowie den persönlichen Wertekatalog übernommen werden. Innerhalb der Werbe- und auch der allgemeinen Medienforschung wurde bereits intensiv untersucht, inwieweit die Präsentation von Frauen nach bestimmten Klischees in Werbespots oder Spielfilmen zu einer Übernahme dieser Stereotype führt. Dass dies durchaus zutrifft, zeigen zum Beispiel Forschungsergebnisse von der amerikanischen Soziologin Laurie Ross (vgl. Ross, L. 1982, S. 589-592). Hier wird nachgewiesen, dass die auf Geschlechtsstereotypen basierende Selbstwahrnehmung bei Jugendlichen, je häufiger geschlechtstereotype Programme konsumiert werden, ansteigt.

Nach den amerikanischen Psychologen Terry Frueh und Paul McGhee (vgl. Frueh, T./ McGhee, P. 1975, S. 109) sind bei denjenigen, die einen sehr hohen Medienkonsum haben, traditionellere Geschlechterrollenstereotype zu finden als bei denjenigen mit einem geringeren. Joyce Jennings (vgl. Jennings, J./ Geis, F./ Brown, V. 1980, S. 203-210) zeigte innerhalb einer experimentellen Untersuchung, dass bereits nach dem Konsum einiger weniger traditionell geschlechtsstereotyper Werbespots das Selbstvertrauen von Frauen in einer ähnlichen Situation wie in den Medien dargestellt, erheblich geringer ist als ohne die medialen Vergleiche. Der häufige Konsum von Kriminalfilmen im Fernsehen (mit entsprechender Rollenverteilung) unterstützt nach Kiecolt und Sayles (vgl. Kiecolt, J./ Sayles, M. 1988, S. 19-33) die Tatsache, dass sich Frauen als weniger selbstwirksam erleben.

Die Vorstellung eines gegenüber externen Einflüssen unabhängigen Rezipienten, der sich aus den diversen ihn umgebenden Angeboten eine persönliche Botschaft kon-

struiert, ist in vielerlei Hinsicht schmeichelhaft - sie entlastet die Produzenten von Verantwortung, da jeder Zuschauer für die Bilder oder Schlussfolgerungen selbst verantwortlich ist, und sie erhöht das Selbstwertgefühl der Konsumenten, denn wer möchte sich gern selbst als vorhersehbaren Reflex auf mediale Umweltangebote interpretieren? Stimmt sie aber mit Forschungsergebnissen überein?

Forschungen dazu sagen meist etwas anderes aus: Die Ergebnisse der Analysen von Arno Drinkmann und Norbert Groeben (vgl. Drinkmann, A./ Groeben, N. 1989) erbrachten keinen Beleg für das überwiegende Zutreffen des komplexen konstruktivistischen Denkmodells, also dass jedes Individuum selbständig und unbeeinflusst ein individuelles und subjektives Bild seiner Umwelt konstruiert. Damit soll nicht in Abrede gestellt werden, dass die Verarbeitung von Information in Abhängigkeit von bereits bestehenden Erfahrungen und Wissen im Einzelfall nicht doch zu unterschiedlichen Ergebnissen führen kann.

Neben dieser Einflussnahme, also der Sozialisation durch Medien, ist noch ein weiterer Aspekt des Sozialen im Zusammenhang mit Social Media denkbar, der vor allem auch die Nutzung überhaupt betrifft, nämlich die Überlegung, inwieweit sich durch den Gebrauch von „Social Media“ eine soziale Identität des Einzelnen oder der jeweiligen Nutzergruppe bildet.

Folgt man zum Beispiel der sogenannten Theorie der „Sozialen Identität“, so versucht diese persönliche Faktoren des Sozialen mit Faktoren des sozialen Umfelds zu verknüpfen. Es werden kollektive Bewegungen und Interaktionen zwischen Gruppen untersucht und erklärt. Diese Theorie von dem britischen Sozialpsychologen Henri Tajfel bietet zum Beispiel einen interessanten Beitrag zu der Überlegung, inwiefern Diskriminierung zwischen verschiedenen Gruppen abgebaut werden kann (vgl. Tajfel, H. 1982). Im Bezug zur Nutzung sozialer Onlinenetzwerke lässt sich diese Theorie durchaus auch auf die virtuelle Welt übertragen.

Als Mensch sieht man sich selbst immer im Zusammenhang mit der eigenen Umwelt, als Teil einer oder mehrerer Gruppen. Man teilt sich selbst und andere Personen in Kategorien ein. Im Zusammenhang mit der Theorie der „Sozialen Identität“ wird dieser Prozess als soziale Kategorisierung bezeichnet. Im Vergleich zu sozialen Onlinenetzwerken, ist dies besonders wirksam, da bereits durch die Wahl des entsprechenden Netzwerks und weiterhin durch die Art der Beiträge eine soziale Zuordnung geschieht.

Mitglied einer Gruppe zu sein, sich als Teil eines Ganzen zu fühlen, entspringt dem Grundbedürfnis des Menschen nach sozialer Identität, die als Teil des gesamten Selbstkonzeptes angesehen wird. Die soziale Identität kann daher aus dem Prozess der sozialen Kategorisierung abgeleitet werden, da diese als Definition des individuellen Platzes in einem System, einer Gruppe angesehen werden muss. Da jedes Individuum eine positiv bewertete soziale Identität anstrebt, ist es von Nöten, Vergleiche zu ziehen. Um die eigene Gruppe zu rechtfertigen, muss man Vergleiche mit einer anderen, eben vergleichbaren, Gruppe ziehen. Die eigene soziale Identität ist umso positiver, je größer die Distanz zur Vergleichsgruppe ist, das bedeutet, je mehr sich die eigene Gruppe von der Vergleichsgruppe abhebt. Ähnlichkeit zwischen Gruppen verstärken den Druck, sich gegenseitig von einander abzugrenzen. Der soziale Vergleich hat also die Funktion, Unterschiede zwischen beiden Gruppen entweder zu schaffen oder zu erhalten.

Unterschiede zwischen Gruppen können außerdem als legitim oder illegitim, als stabil oder instabil angesehen werden. Die Theorie der „Sozialen Identität“ besagt in diesem Zusammenhang, dass sozialer Wettbewerb dann entsteht, wenn soziale Vergleiche auf gemeinsamen Wertdimensionen möglich sind und die Unterschiede als instabil oder illegitim angesehen werden.

Die soziale Identität wird nicht als statische Größe, sondern vielmehr als ein dynamischer Veränderungsprozess gesehen. Wenn die Veränderung der momentanen Situation in irgendeiner Form als möglich erscheint, entstehen, nach Tajfel, nicht abgesicherte soziale Identitäten. Individuen können ihre Gruppe verlassen, um sich einer anderen Gruppe zuzuwenden, wobei sie sich günstigere Bedingungen für eine positive soziale Identität erwarten. Diese ausschließlich persönliche Lösung, die soziale Mobilität, hat keine Bedeutung für die Beziehung von Gruppen untereinander.

Andere Möglichkeiten sind der direkte soziale Wettbewerb oder die soziale Kreativität. Beim sozialen Wettbewerb versuchen die Mitglieder einer Gruppe, die positive Ausrichtung derjenigen, der sie angehören, zu betonen oder die andere fremde Gruppe abzuwerten.

Bei der sozialen Kreativität hingegen werden neue Vergleichsdimensionen gefunden, bei denen die eigene Gruppe besser abschneiden kann als die fremde. Es ist ebenso möglich, die Bewertung der Ergebnisse von Vergleichen umzukehren oder sich eine neue Vergleichsgruppe zu suchen, der man im relevanten sozialen Vergleich überlegen sein kann. Das Streben nach positiver sozialer Identität wird also immer mit Hilfe

der Abwertung und Diskriminierung einer fremden Gruppe befriedigt (vgl. Tajfel, H. 1982, S. 70-100).

Im Bezug zur Nutzung von „Social Media“ kann folglich fest gehalten werden, dass auch diese Medien zu einer Sozialisation ihrer Nutzer beitragen und dass sich durch die Teilhabe an unterschiedlichen sozialen Netzwerken, eine soziale Identität herausbilden und die, wie in diesem Abschnitt beschriebenen, Formen und Verläufe annehmen kann.

5 Theoretische Grundlagen

Damit im weiteren Verlauf dieser Arbeit die gesammelten Profildaten aus dem Internet (selbst angelegte „Social-Network-Archive“) sowie die durchgeführten Fotografie basierten Feldexperimente ausgewertet und analysiert werden können, soll der folgende Abschnitt einen Überblick über die wichtigsten Theorien und ihre Autoren geben, die zur Bearbeitung herangezogen werden.

Dazu zählt zunächst der Wissenschaftler Ferdinand de Saussure und seine Ideen zur Zeichentheorie, der sogenannten Semiotik. Diese wurde im Verlauf der Geschichte von diversen anderen Theoretikern, wie zum Beispiel Roland Barthes, weiter entwickelt. In dieser Arbeit werden vor allem de Saussures und Barthes Ansätze genutzt. Ein weiterer Wissenschaftler, dessen Ideen vorgestellt werden, ist Stuart Hall und sein Konzept zur Stereotypenforschung.

Um schließlich den Begriff der Performanz und ihre Anwendungsmöglichkeit innerhalb der Fototheorie zu untersuchen, werden die Sprechaktheorie John Langshaw Austins und dessen Schüler John Searle als Voraussetzung vorgestellt. Philippe Dubois übertrug den Begriff des Sprechakts später auf das Visuelle und prägte die Bezeichnung Bildakt, den er auch auf die Fotografie zu beziehen suchte. Horst Bredekamp schließlich beschrieb den Bildakt als eine Form der Performanz, nämlich in der Form, das Bilder das erzeugen, was sie zeigen (vgl. Bredekamp, H. 2010).

Und Jacques Derrida wiederum führte mit seiner Kritik noch eine weitere Kategorie hinzu, nämlich den Gedanken, dass kulturelle Performance auch dann statt findet, wenn innerhalb medialer Kommunikation kulturelle Muster wiederholt werden (vgl. Derrida, J. 1988, S. 310-313).

5.1. Zeichentheorie

Die Zeichentheorie, auch Semiotik (griech. ‚sēmeiōtikós‘) genannt (vgl. Bibliographisches Institut, ‚Semiotik‘, abg. Sept. 2016), ist eine Wissenschaft, die sogenannte Zeichenprozesse untersucht. Damit sind Prozesse gemeint, die Bedeutungen übertragen oder konstituieren. Der zentrale Forschungsbegriff innerhalb der Semiotik ist der Begriff des „Zeichens“, welches allgemein als etwas verstanden wird, das in irgendeiner Form stellvertretend für etwas anderes steht oder darauf hinweist (vgl. Pierce, C. S., 1931-1935, S. 228).

Für die meisten Fälle vieler Bereiche innerhalb der Kommunikation ist das Konzept des Zeichens sehr gut verständlich, so zum Beispiel auch für die Sprache an sich als komplexes Zeichensystem. Im Bereich der Bildsprache scheint es sehr viel schwieriger zu sein, ein solches Konzept heraus zu arbeiten, allgemein scheint der Zeichencharakter von Bildern im Einzelfall nach besonderer Klärung zu verlangen. Verschiedene bildsemiotische Theorien widmen sich dieser Problemstellung.

Das, was man als den Startpunkt einer sogenannten Bildsemiotik bezeichnen kann, lässt sich auf ca. 1963-66 festlegen. In dieser Zeit hat der französische Semiotiker und Philosoph Roland Barthes anhand der beispielhaften Analyse eines Werbebildes grundlegende bildsemiotische Fragen entworfen und diskutiert (vgl. Barthes, R. 1964, S. 78-94). Die aus dieser Analyse entwickelten Antworten lassen sich auf den Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure (vgl. Saussure, F. 1916) und dessen strukturalistische Grundbegriffe der Semiologie zurückführen. Saussure hat seine Theorie zwar durchaus allgemeingültig und nicht als ausschließlich auf die Sprache ausgerichtete Zeichentheorie ausgearbeitet, doch erst Roland Barthes hat in seinen Überlegungen und in seiner Erweiterung zu de Saussure dessen Theorien direkt auf diverse visuelle Phänomene übertragen und diskutiert (vgl. Barthes, B. 1961, S. 127-138).

Im Folgenden möchte ich nun zunächst die Zeichentheorie de Saussures näher vorstellen, um dann im Anschluss Roland Barthes Weiterentwicklung erklären zu können.

Der aus der Schweiz stammende Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure (1857-1913) ist derjenige, der innerhalb seiner Forschung die sogenannte strukturalistische Semiotik entwickelt haben soll. Innerhalb dieses Systems hat er vor allem die Idee der Willkürlichkeit (Arbitrarität) des Zeichens hinzugefügt (vgl. Chandler, D. 2007,

S. 22). Folgt man de Saussure, dann ist ein Zeichen stets zweigeteilt, es setzt sich zusammen aus dem Bezeichnenden, auch als Signifikant bekannt, und dem Bezeichneten, dem Signifikat. Sollte eines dieser beiden Teile nicht vorhanden sein, dann kann es auch kein Zeichen geben. Daraus folgt, dass der Bezeichnende erst dann eine Bedeutung herstellen kann, wenn das Bezeichnete dazu kommt (vgl. Chandler, D. 2007, S. 15ff.).

Bezieht man dieses auf die Sprache, dann ist der Signifikant das, was ausgedrückt wird, also das beschreibende Wort, und das Signifikat ist das, was man sich darunter vorstellt, zum Beispiel ein Bild im Geist. Bezeichnendes und Bezeichnetes gehören dabei nicht selbstverständlich zusammen, sondern ihre Verbindung ist künstlich hergestellt und daher auch veränderbar. Es könnte zum Beispiel ein völlig anderes beschreibendes Wort für ein und dieselbe Sache verwendet werden, das Signifikat bliebe dasselbe, der Signifikant und damit einhergehend die Bedeutung des Zeichens eine andere (vgl. Chandler, D. 2007, S. 22/ S. 45).

Hinzu kommt, dass „die Signifikanten in einem System arbiträrer Zeichen im Grunde nicht an sich schon Träger eines Sinnes sind sondern erst durch ihr Vermögen, sich voneinander zu unterscheiden und zueinander im Gegensatz zu stehen“ (zit. Volli, U. 2002, S. 42).

Ein Beispiel hierfür ist zum Beispiel die Farbe „rot“, die nicht einfach durch ihre bloße Existenz ein Zeichen sein kann, sondern erst, wenn eine weitere Farbe hinzukommt. Nimmt man zum Beispiel die Farbe „grün“ dazu, bekommt „rot“ plötzlich eine Bedeutung, nämlich durch die Differenzierung (vgl. Chandler, D. 2007, S. 21). De Saussure beschreibt dieses Verhältnis von zum Beispiel „rot“ und „grün“ als den sogenannten „Wert“ eines Zeichens, der entsteht, weil mehrere Zeichen eines Systems in Kontrast zueinander gesetzt werden und durch diese Gegenüberstellung ihre gegenseitige Abweichung offensichtlich wird (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Saussure, de Ferdinand‘).

Es lässt sich folglich zusammenfassen, dass die Bedeutung eines Zeichens erst durch dessen Abgrenzung und den Vergleich zu anderen Zeichen möglich wird.

Hinzu kommt, dass die Rezipienten eines bestimmten Kulturkreises sich auf kulturelle Gemeinsamkeiten einigen können müssen und diese Gemeinsamkeiten wiederum auch anwenden sollten, um Zeichen Bedeutung zukommen zu lassen. Man spricht hier auch von sogenannten gemeinsamen kulturellen Codes. Der Begriff des „Codes“ wurde bereits 1960 von dem aus Russland stammenden Sprachwissenschaftler Roman Jakobson eingeführt (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Jakobson, Roman Osipovic‘). Da-

mit ist ein System gemeint, das aus bestimmten Regeln, gemeinsamen Vereinbarungen und Vorschriften zur Zuordnung besteht. Hierdurch wird die Einordnung und Deutung einzelner Zeichen oder auch ganzer Zeichenzusammenhängen möglich (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Code‘). Erst der kulturelle Code legt das Verhältnis von Signifikant zu Signifikat fest. Durch eine kulturelle Codierung erlangt der Signifikant eine Bedeutung (vgl. Chandler, D. 2007, S. 28).

Die Konventionen zwischen Sprachgemeinschaften und Kulturkreisen unterscheiden sich oft gewaltig. Man muss daher davon ausgehen, dass innerhalb diverser Gemeinschaften durch unterschiedliche Ausdrücke jedoch der gleiche Inhalt generiert werden kann. Das ist der Grund dafür, weshalb Zeichen vom Kontext abhängig sind, in dem sie auftreten, und eben, wie bereits erwähnt, auch keine universelle Gültigkeit haben können: Die Codes variieren innerhalb von Sprach- und Kulturgemeinschaften (vgl. Hall, S. 1997, S. 31f.).

Auf dem zuvor Beschriebenen aufbauend muss erwähnt werden, dass der dänische Sprachwissenschaftler Louis Hjelmslev, 1953 eine weitere Theorie innerhalb der Semiotik ergänzt hat, indem er die Begriffe des Konotats und des Denotats prägte. Diese Begriffe wurden später ebenfalls von dem französischen Kulturtheoretiker und Semiologen Roland Barthes (1915-1980) weiter entwickelt. Louis Hjelmslev zeigt hier zunächst, dass das Signifikat eines Zeichens aus zwei verschiedenen Bedeutungsebenen bestehen kann (vgl. Chandler, D. 2007, S. 137ff.). Das Denotat beschreibt dabei die tatsächliche Bedeutung eines Zeichens. Diese Bedeutung beruht auf dem allgemeinen Konsens einer gemeinsamen Kultur oder Gesellschaft. Das Konnotat hingegen beschreibt die dazu gehörende persönliche Assoziation, die wiederum sozial und kulturell geprägt ist. Auch hier lässt sich die Folge ablesen, dass die Konnotation zu einem Zeichen wiederum in Abhängigkeit zum Betrachter steht, vom Betrachter und vom Kontext, in dem dieser und das Zeichen sich befinden (vgl. Chandler, D. 2007, S. 137ff.).

Eine Weiterentwicklung erfolgt nun durch Roland Barthes, der sich in seinen frühen Schriften mit der Möglichkeit beschäftigt, de Saussures Theorien auf unterschiedlichste Bereiche der Bildwelt zu übertragen, dazu gehört zum Beispiel die Modedefotografie ebenso wie die bebilderte Speisekarte. Seine bedeutendsten und einflussreichsten Bildanalysen findet man in dem Essay „Rhétorique de l’Image“ (vgl. Barthes, R. 1964a, S. 40-51) wieder (im Deutschen „Rhetorik des Bildes“ (vgl. Barthes, R. 1964, S. 78-94)).

Barthes stellt sich hier zunächst grundlegende Fragen, nämlich, wie ein Bild seinen Sinn erhalten, an welchen Punkten dieser Sinn enden und was sich nach diesem Ende anschließen könnte. Exemplarisch untersucht er dabei eine Werbeanzeige der Teigwarenfirma „Panzani“, die sowohl aus Text als auch aus Bildmaterial besteht (vgl. Barthes, R. 1964, S. 78-94).

Innerhalb dieser Analyse eines Reklamebildes unterscheidet Barthes nun zunächst zwischen drei Nachrichten, die eine Fotografie vermittelt. Die erste ist eine sprachliche Nachricht, die wiederum häufig aus zwei Teilen besteht, nämlich aus Denotation (dies ist die kontext- und situationsunabhängige Grundinformation) und Konnotation (dies ist die symbolische Nebeninformation). Eine weitere Nachricht ist die sogenannte kodierte ikonische Nachricht, die sich auf die Symbolik eines Bildes bezieht (folglich auf die Konnotation). Die letzte und dritte sogenannte nicht kodierte ikonische Nachricht bezieht sich auf die tatsächliche, buchstäbliche Nachricht des Bildes selbst (folglich auf die Denotation) (vgl. Barthes, R. 1964, S. 79-84). Barthes behauptet hier, dass selbst wenn sämtliche Zeichen aus einem Bild entfernt würden, die Fotografie eine natürliche Vorstellung von den realen Dingen evozieren kann und eine Art von Information erhalten bleibt, die jedoch nicht kodiert ist. Selbst wenn das fotografische Bild eine bestimmte Inszenierung benötigt sieht Barthes darin keine Umwandlung in Form einer Kodierung. Da vor allem Fotografien mit Hilfe einer Apparatur, eben dem Fotoapparat, aufgenommen werden, sind sie nach Barthes zunächst Nachrichten ohne einen bestimmten Code. Der Fotograf legt zwar den Bildgegenstand als auch den Blickwinkel und Fokuspunkt fest, mit einer Aufnahme wird aber nicht in die Szene eingegriffen und das Foto behält dadurch seinen natürlichen Charakter (vgl. Barthes, R. 1964, S. 86-87). So heißt es bei ihm dazu: "Um diese letzte [...] Ebene des Bildes zu „lesen“, benötigen wir nur das von unserer Wahrnehmung gelieferte Wissen. [...] wir müssen wissen, was ein Bild ist [...]." (zit. Barthes, R. 1964, S. 83).

Ähnlich wie bei de Saussures auf die Sprache ausgerichtete Zeichentheorie, kann nun auch nach Barthes, durch unterschiedliche individuelle Hintergründe ein und dasselbe Bild von mehreren Betrachtern völlig verschieden wahrgenommen und interpretiert werden. Wie es im Einzelfall gelesen wird, hängt vor allem von praktischen Vorerfahrungen, der Nationalität, der Kultur und der ästhetischen Bildung der jeweili-

gen Rezipienten ab. Dies ist vor allem dadurch begründet, dass bei der Konnotation zunächst folgende Schwierigkeit auftaucht: Nämlich das Auffinden eines geeigneten Signifikats. Erst nachdem die häufigsten Signifikanten einer Konnotation gefunden und zugeordnet wurden, lassen sich Signifikate vereinheitlichen. Das Gemeinsame, das daraus erwächst (also aus Konnotat und Signifikat) ist eine einheitliche Rhetorik, eine gemeinsame Bildsprache (vgl. Barthes, R. 1964, S. 89 ff). Allerdings bleibt nach Barthes immer eine gewisse Restnachricht innerhalb eines Bildes vorhanden, da nicht alle Signifikante erkannt und in Konnotatoren verwandelt werden können. Ohne diese Restnachricht ist eine Bildaussage nach Barthes nicht möglich. So heißt es bei ihm: „Nicht alle Elemente der Lexie können in Konnotatoren verwandelt werden, es bleibt immer eine gewisse Denotation in der Rede enthalten, ohne die nämlich die Rede nicht möglich wäre.“ (zit. Barthes, R. 1964, S. 93).

Begreift man die Konnotation als komplexes System, was, wie beschrieben, ausschließlich durch eine gemeinsame Weltanschauung und daraus entspringender einheitlicher Begrifflichkeiten definiert werden kann, so ist klar, dass dieses mit der Denotation in Abhängigkeit steht. Konnotationen, die zunächst ohne Zusammenhang erscheinen, können durch die Zusammenführung mit der Denotation als Ganzes betrachtet werden. "Die unzusammenhängende Welt der Symbole taucht in die Geschichtlichkeit der denotierten Szene wie in ein Reinigungsbad. [...] Einerseits gibt es eine Art paradigmatischer Verdichtung auf der Ebene der Konnotatoren (d. h. grob: der „Symbole“), die starke, erratische [...] Zeichen sind, - andererseits einen syntagmatischen „Fluß“ auf der Ebene der Denotation", schreibt Barthes (zit. Barthes, R. 1964, S. 94).

Mit Hilfe der beispielhaft analysierten Panzani-Reklame kommt Barthes zu dem Ergebnis, dass Bildern ein vielschichtiges Bedeutungssystem inhärent ist.

Die „Rhetorik des Bildes“, das lässt sich sicherlich an dieser Stelle zusammenfassend sagen, ist nach Barthes das Zusammenspiel seiner „Konnotatoren“. Die semiotische Struktur der „Konnotatoren“ wiederum ist bei allen Massenmedien, auch der linguistischen Sprechweise gleich. Daraus folgt wiederum, dass sich Fotografien die via Smartphone generiert werden in dieser Hinsicht nicht von ihnen unterscheiden.

5.2. Stuart Hall: Repräsentation und Stereotypen

Stuart Hall (geboren 1932 in Jamaika, gestorben 2014 in England) war ein britischer Soziologe und gilt als einer der Begründer der sogenannten Cultural Studies. Innerhalb seiner Forschungen beschäftigte er sich vor allem mit diversen kulturellen Praktiken. In zwei seiner Aufsätze, „The Work of Representation“ (vgl. Hall, S. 1997a) und „The Spectacle of the Other“ (vgl. Hall, S. 1997), thematisiert er im Besonderen die Frage, inwieweit spezifische Bilddarstellungen zur Herstellung von kultureller Bedeutung beitragen und zusätzlich an der Schaffung von Stereotypen beteiligt sind (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Stuart Hall‘).

Mit dem Augenmerk darauf gerichtet, wie sich kulturelle Bedeutungen herstellen lassen, bezieht Hall sich in seinen Überlegungen neben anderen Ansätzen vor allem auf die Zeichentheorie von Ferdinand de Saussure. Zu Saussures Theorie sagt Hall, dass dieser mit seinen Texten den weiteren wissenschaftlichen Diskurs zur Interpretation kultureller Zeichensysteme maßgeblich geprägt hat. So bestätigt Hall Saussures Erkenntnis, dass Bedeutung erst dadurch generiert werden kann, indem etwas von etwas anderem differenziert wird (vgl. Hall, S. 1997a, S. 30f.). Nach Hall ist genau das der Punkt, der einer Gruppe, bzw. den einzelnen Mitgliedern einer Gruppe zu einer eigenen Identität verhilft. Durch eine gemeinsame Bedeutungsgenerierung innerhalb einer Gruppierung und der Differenzierung zu einer anderen Gruppierung bildet sich erst ein Gefühl von Identität (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Stuart Hall‘).

Innerhalb seiner Aufsätze setzt Hall hier die Ideen Saussures fort, nämlich, dass es einzelnen Personen immer nur dann möglich ist, gleiche Bedeutungen generieren zu können, wenn bereits ähnliche gemeinsame kulturelle Codes vorhanden sind. Zusätzlich untersucht er aber auch, wie es dabei zu einer Identitätsbildung der einzelnen Menschen, bzw. einer ganzen Gruppe kommt. Als Beispiel führt Hall vor allem die Abgrenzung vom Eigenen zum Fremden auf (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Stuart Hall‘). Nach Hall gibt es innerhalb Saussures Theorien allerdings einige wichtige Punkte, die seiner Meinung nach fehlen. Seine Kritik richtet sich vor allem auf die Tatsache, dass Saussures Ideen ausschließlich theoretisch bleiben. Eine tatsächliche Verbindung zur Wirklichkeit fehlt, reale Referenten werden nicht verknüpft (vgl. Hall, S. 1997a).

Weiterhin kritisiert er, dass Saussure insbesondere eine linguistische Ebene untersucht. Erst Wissenschaftler wie zum Beispiel Roland Barthes haben in späteren Jahren Saussures Theorien auf Fotografien, Bilder im Allgemeinen und auch auf Gegen-

stände bezogen (vgl. Hall, S. 1997a, S. 31/41).

Ein letzter wichtiger Punkt, den Hall bemängelt, ist, dass Saussure die Frage der Macht von Sprache innerhalb seiner Konzepte nicht aufgreift. Nach Hall gab es immer bestimmte historisch wichtige Momente während denen manche Menschen mehr Macht hatten etwas zu sagen, bzw. über etwas zu sprechen, als andere (vgl. Hall, S. 1997a, S. 42). Dieses Problem thematisiert Saussure nicht.

Innerhalb seines Aufsatzes „The Spectacle of the Other“ beginnt Hall genau an diesem Punkt. Er thematisiert hier, wie sich Stereotypen herausbilden, welche Mächte dabei eine Rolle spielen und greift damit auch Ideen von Roland Barthes und Michel Foucault auf. Beide haben mit ihren Theorien zum „Mythos“ oder auch zum „Diskurs“ den Bereich der Macht angesprochen. Der französische Philosoph Foucault erklärt mit dem Begriff „Diskurs“ die Konstruktion einer gemeinschaftlichen kulturellen Realität. Dadurch, dass dieser vorgibt, was zum „Diskurs“ dazu gehört und was nicht, entwickeln sich innerhalb einer Gesellschaft entsprechende Normen (vgl. Hall, S. 1997a, S. 44ff.).

Im Kontrast dazu steht der Begriff der „Mythen“, mit denen Barthes die kulturellen Diskurse beschreibt, die eine Gesellschaft ohnehin schon prägen. Dadurch, dass diese Diskurse so erscheinen, als wären sie natürlich gewachsen, macht es den Eindruck, als seien sie nicht gesellschaftlich konstruiert. Diese Diskurse sind die „dominanten Ideologien unserer Zeit“, heißt es dazu bei Chandler (zit. Chandler, D. 2007, S. 144). Denkt man dies weiter, so tragen „Mythen“ dazu bei, bestehende hegemoniale Machtverhältnisse aufzubauen, zu stabilisieren und nicht zu hinterfragen (vgl. Chandler, D. 2007, S. 145).

Stuart Hall entwickelt seine Gedanken zu Stereotypen an diesen beiden Schlagwörtern „Diskurs“ und „Mythen“ weiter. Für ihn ist es von besonderem Interesse zu untersuchen, inwieweit kulturelle Repräsentationen durch Stereotype geprägt werden. Als Beispiel geht er hierbei verstärkt auf die Darstellungsweise von schwarzen Menschen ein. Mit einem wiederholten Rückgriff auf die Theorien von Saussure stellt er dar, dass die sogenannten „Weissen“ sich gegenüberstehende Oppositionen konstruieren, um eine deutliche Trennung von eigener Identität und Andersartigkeit herbei zu führen. Als Beispiele führt er die Unterscheidung von „uns“ und den „Anderen“ sowie dem „Westen“ und dem „Rest“ an. Erst durch dieses Konstrukt gewinnt die eigene Identität an Sinn (vgl. Hall, S. 1997, S. 237). Eine Aufteilung in unterschiedliche oppositionelle Positionen führt außerdem dazu, dass einerseits sehr knappe, auf

das Wesentliche minimierte Darstellungen des „Anderen“ entwickelt und zusätzlich Machtverhältnisse aufgebaut und ausgebaut werden.

Daraus folgt, dass bei der Herstellung zweier sich gegenüber stehender Positionen keine ausgeglichenen Machtverhältnisse bestehen können, da zumeist das „überlegene“ Extrem das „Unterlegene“ definiert (vgl. Hall, S. 1997, S. 235). Diese sehr reduzierte Sicht auf den „Anderen“ ist dabei aber bei weitem kein realitätsnahes Abbild, sondern beschränkt dessen Komplexität auf bestimmte Attribute und stellt diese als feststehend dar (vgl. Hall, S. 1997, S. 257). So kann davon ausgegangen werden, dass symbolische Grenzen zwischen Eigenem und Fremdem und daraus resultierende Stereotypen vor allem immer dann hergestellt werden, wenn ein großer Unterschied zwischen zwei Parteien und ihrem Machtpotential gegeben ist (vgl. Hall, S. 1997, S. 258).

5.3. Fotografie im Diskurs performativer Kulturen

Wenn man die Diskussionen über das theoretische Konzept der Performanz, welches in den vergangenen Jahren zu einem Schlüsselwort in den Geisteswissenschaften geworden ist und vor allem zu einem jener Begriffe gehört, die zu den Entdeckungen des sogenannten Cultural turns² zählen, näher beleuchtet, dann fällt das weite Feld an Anwendungsmöglichkeiten ins Auge, das sich in der jüngsten Zeit daraus entwickelt hat: mit Performanz wird nicht nur der Akt der Kommunikation bezeichnet, der vor allen Dingen für die Theorien zum Sprechakt bei den Linguisten Jon Langshaw Austin und John Searle von besonderer Bedeutung ist und dann späterhin von Jacques Derrida kritisiert wurde. Sie beschreibt auch Bereiche in denen kulturelle Handlungen inszeniert werden, die über reine Theatervorstellungen oder Performances in der Kunst hinaus gehen, Verkörperungen von Gedanken und schließlich

² Mit dem Begriff Cultural turn ist eine Weiterentwicklung in den Geistes- und Sozialwissenschaften gemeint, die vor allen Dingen ab den 60er Jahren ihren Anfang nahm und mit der Etablierung des Forschungsansatzes der Cultural studies in Zusammenhang gebracht werden kann.

Es geht dabei um die Wende hin zu einem erweiterten Kulturverständnis, das tradierte Normen und Werte hinterfragt. Besonderes Merkmal des Cultural turns ist, dass der Begriff ‚Kultur‘ nicht länger als sogenannte Hochkultur einer Elite angesehen, sondern als Alltagskultur im Sinne einer Populärkultur verstanden wird (vgl. Wikipedia ‚Cultural turn‘, abg. Sept. 2016).

auch einen Teil der Fiktion innerhalb des ästhetischen Spiels, wie er zum Beispiel von dem Literaturwissenschaftler Wolfgang Iser erforscht wurde (vgl. Wirth, U. 2002). Der Begriff der Performanz scheint modern zu sein, er ist vielfach einsetzbar und von diversen Standpunkten aus zu betrachten. Daraus folgt, dass er schließlich jeweils einzeln analysiert werden muss, damit überhaupt deutlich gemacht werden kann von welcher Art und Verwendung im Speziellen die Rede ist. Der theoretische Geltungsbereich des Begriffs Performanz erstreckt sich allem Anschein nach auf die Kultur insgesamt, es gibt kaum ein kulturelles Geschehen, das nicht auch aus der theoretischen Richtung der Performanz untersucht werden könnte und auch untersucht wurde. Das betrifft natürlich ebenso den fotografischen Diskurs, der diesen Bereich allerdings bisher kaum für sich genutzt hat. Betrachtet man die Fotografietheorie dann ist es offenbar auf jeden Fall möglich, die gesamte Bandbreite des Begriffs der Performanz darauf anzuwenden. Man findet hier ebenso verschiedenen Arten der Kommunikation, der Inszenierung, der medialen Verkörperung und auch der Fiktion. Im Einzelnen beziehen sich diese Komponenten allerdings auf je einen differierenden theoretischen Bereich, der jeweils mit den anderen Disziplinen nur locker verbunden ist. Eine Gemeinsamkeit lässt sich allerdings insofern ausmachen, dass innerhalb aller Anwendungsbereiche davon ausgegangen wird, dass sich die Idee der Performanz immer auf eine Untersuchung kultureller Handlungsprozesse beziehen muss. Wenn in diesem Zusammenhang von Performanz gesprochen wird, dann sind damit stets kulturelle oder gesellschaftliche Handlungen gemeint, die sich nicht auf einen anderen theoretischen Bereich beziehen lassen, der ihnen mutmaßlich zugrunde liegt. Jene Handlungen binden allerdings ebenso den kommunikativen Aspekt als interaktives Handeln mit ein, wie das ästhetische Spiel, das hier einzig in seinem Handlungsbezug von Bedeutung ist (vgl. Stiegler, B. 2009, S. 47-48).

„Performativ ist eine Äußerung dann, wenn sie das, was sie bezeichnet, selbst vollzieht [...]“ (zit. Deppner, M. 2009, S. 7). Dies besagen zumindest die sogenannten Sprechakttheorien oder Sprechhandlungstheorien. Sie behandeln als einzelne Sektionen der linguistischen Pragmatik sprachliche Ausführungen, zum Beispiel Redeweisen, die nicht nur Tatsachen wiedergeben und Hypothesen formulieren, sondern gleichzeitig auch selbst Aktionen (Akte) durchführen. Demnach sind Anweisungen, Taufen, Eide, Ehrenworte, Warnrufe, Kränkungen und ähnliches aktive Modifikationen der Wirklichkeit. Erste Veröffentlichungen, die auf die Basis dieser Theorien zurückgehen stammen aus den 50er und 60er Jahren. Sie untersuchen und ordnen

derartige sprachliche Handlungen und deren Zusammenhänge (vgl. Staffelt, S. 2008, S. 11-27).

Zu den wichtigsten Vertretern dieser Theorien gehören die Philosophen John Langshaw Austin und John Searle. Folglich kann der Beginn der Sprechakttheorie konkret mit dem Jahr 1955 angegeben werden, da John Langshaw Austin damals mehrere Vorlesungen mit dem Titel „How to Do Things with Words“ (vgl. Austin, J. L. 1955) an der Harvard-Universität gehalten hat. Die Verschriftlichung dieser Vorträge wurde nach seinem Tod im Jahr 1962 erstmals veröffentlicht, später folgte eine Übersetzung ins Deutsche mit dem Titel „Zur Theorie der Sprechakte“ (vgl. Austin, J. L. 1955a). Für die weitere Bekanntmachung der theoretischen Überlegungen zum Sprechakt ist vor allem das Buch „Speech Acts“ (vgl. Searle, J. R. 1969) von John Searle maßgeblich. Als Schüler von Austin brachte er es 1969 heraus und ordnete einige Punkte Austins Theorien neu. Es wurden aber auch Teilbereiche ausgelassen oder sogar Punkte verändert wieder gegeben. Vor allen Dingen ergänzte Searle Austins Theorien mit einem Modell zur Darstellung verschiedener Arten des Sprechakts. Er führte dies in seinem Buch „Speech Acts“ beispielhaft am Akt des Versprechens aus (vgl. Staffeldt, S. 2008, S. 47-70).

Im Sinne Austins und Searles gilt nun zum Beispiel folgender Satz als Sprechakt: „Ich grüße Sie.“ (zit. Deppner, M. 2009, S. 7). Er vollzieht seinen Sinn durch die Handlung selbst.

Während des 27. Internationalen Symposiums des Forschungsschwerpunkts Fotografie der Fachhochschule Bielefeld wurde bereits 2006 in diesem Zusammenhang folgende Frage diskutiert: Kann eine derartige Interpretation auch für das Fotografische gelten in einer Weise, dass die Aktion der Fotoaufnahme in der fertigen Fotografie zu erkennen ist, welche diese Handlung als bewusste Positionierung selbst evoziert? (vgl. Deppner, M. 2009, S. 7).

Folgt man Dr. Martin Roman Deppner, dem ehemaligen Dekan des Fachbereichs Gestaltung der Fachhochschule Bielefeld, dann besteht „eine Möglichkeit, das Performativitätsmodell auf die Fotografie zu beziehen, [...] in einer Medientheorie, die Medien nicht nur selbst als Teil der Botschaft begreift, sondern auf die konstruktive, Wirklichkeit generierende Seite von Medien abhebt.“ (zit. Deppner, M. 2009, S. 7).

In Bezug zu dieser Annahme lassen sich verschiedene Überlegungen und theoretische Ansätze recherchieren, von denen im Folgenden exemplarisch drei heraus ste-

chende Positionen näher vorgestellt werden. Diese dienen im Verlauf dieser Arbeit auch der weiteren Analyse der zu Beginn entwickelten These.

Dass der Akt der Aufnahme untrennbar mit dem Inhalt und der Rezeption einer Fotografie verbunden ist, stellt zunächst auch der Wissenschaftler Philippe Dubois innerhalb seiner Untersuchungen der Fotografie heraus. In seinem 1983 erschienen Buch „Der fotografische Akt. Versuch über ein theoretisches Dispositiv“ (vgl. Dubois, P. 1998) beschreibt er fotografische Bilder als eine „unwiderstehliche, lebendige Kraft“ (zit. Dubois, P. 1998, S. 19). Nach Dubois sind Fotografien „arbeitende Bild[er]“ (zit. Dubois, P. 1998, S. 19), die in ihrem Zusammenspiel von Herstellung und Rezeption, gesehen und interpretiert werden sollten. So formuliert er die These: „Mit der Fotografie ist es uns nicht mehr möglich, das Bild außerhalb des Aktes zu denken, der es generiert“ (zit. Dubois, P. 1998, S. 19). Damit ist gemeint, dass innerhalb der Rezeption eines Fotos die tradierte Trennung zwischen der fertigen Nachricht und dem Akt der Aufnahme aufgehoben werden müsste (vgl. Dubois, P. 1998, S. S. 61). Dubois bezeichnet den Moment der Aufnahme einer Fotografie als ‚Bild-Akt‘ (vgl. Dubois, P. 1998, S. 19). Dieser Prozess reicht von der Motivwahl des Fotografen über den Augenblick des Auslösens bis hin zur späteren Betrachtung. Wie die fertige Fotografie interpretiert wird hängt wiederum davon ab in welchem Kontext sie produziert und wahrgenommen wird.

Mit diesen Gedanken bewegt sich Dubois in einem ähnlichen sprachpragmatischen Zusammenhang wie die Ansätze von Austin und Searle. Konkret bezieht sich Dubois jedoch auf Charles Sanders Peirce und dessen Unterscheidung zwischen dem sogenannten Index³, Ikon⁴ und Symbol⁵. Hier bringt er die Fotografie mit dem Index zusammen, die er auch als Spur begreift. Er begründet dies mit der Tatsache, dass

³ Mit dem von Peirce genannten Ausdruck ‘Ikon’ sind Zeichen gemeint, bei denen eine sehr starke Ähnlichkeit zwischen Zeichenträger und Bezeichnetem vorhanden ist (vgl. Peirce, C. 1983, S. 64). Ein Beispiel wäre ein Piktogramm oder eine Graphik.

⁴ Mit dem Begriff ‘Index’ meint Peirce ein Zeichen, dessen Träger durch einen ursächlichen Zusammenhang mit dem Bezeichneten als Zeichen in Verbindung steht (vgl. Peirce, C. 1983, S. 65). Ein Beispiel wäre Qualm als Zeichen für einen Brand.

⁵ Mit dem Begriff ‘Symbol’ verbindet Peirce eine Bedeutung. Symbole sind dann Zeichen, wenn sie durch einen Rezipienten verstanden werden können (vgl. Peirce, C. 1983, S. 65-66). Ein Beispiel hierfür wäre das Wort ‚Stuhl‘, das einen Stuhl bezeichnet, was wiederum auf einer Konvention beruht. Es wird in seiner Bedeutung nur verstanden, weil es gesellschaftlich gewöhnlich als solches verwendet wird.

Fotos durch ihre chemische Entwicklung materiell von ihrer Referenz abhängig sind und bleiben, gleichzeitig aber räumlich und zeitlich getrennt von ihr als Zeichen vorhanden sind. Aus dieser Doppeldeutigkeit heraus entwickelt die Fotografie ihre Wirkung (vgl. Dubois, P. 1998, S. 85).

Der Kunsthistoriker Horst Bredekamp wiederum unterzieht nun in seinem 2010 erschienen Buch „Theorie des Bildakts“ (vgl. Bredekamp, H. 2010) die Abbildtheorie der Bilder einer grundlegenden Neuinterpretation. Das Buch stellt die erweiterte Fassung Bredekamps Frankfurter Adorno-Vorlesungen dar, die er 2007 an der Goethe-Universität Frankfurt am Main gehalten hat. Wie Dubois verwendet auch Bredekamp den Begriff des Bildakts. Im Mittelpunkt seiner Analysen steht jedoch der Versuch heraus zu finden wie Bilder Handlungen provozieren bzw. produzieren können. So formuliert er die Hypothese, dass es Bildern möglich ist innerhalb des Bildakts das zu erzeugen, was sie selbst darstellen (vgl. Bredekamp, H. 2010).

Im Kontrast zur semiotischen bzw. pragmatischen Theorie des Bildhandelns sind es bei Bredekamp nicht die Personen die Bilder herstellen und verwenden und auf diese Weise Bildakte ausführen, stattdessen sind es die Bilder selbst, die eine generative Kraft besitzen.

Brekdekamp unterscheidet insgesamt drei verschiedene Formen des Bildakts (vgl. Bredekamp, H. 2010, S. 51ff.). Diese lassen sich nicht klar voneinander trennen und stehen teilweise auch in Abhängigkeit mit der Bildart: Die erste Form ist der sogenannte „schematische“ Bildakt. Dieser zieht seine Wirkung aus seiner Beispielhaftigkeit. Gemeint ist hiermit, dass sich das Bild verselbständigt, indem es sozusagen verkörpert wird. Als Beispiel sind die sogenannten „Lebenden Bilder“ (Tableau vivant) zu nennen, wie sie Ende des 18. Jahrhunderts in Mode waren und noch heute von Straßenkünstlern ausgeführt werden. Es werden hierbei Darstellungen von Werken der Malerei und Plastik durch lebende Personen verkörpert.

Die zweite Form ist der sogenannte „substitutive“ Bildakt, der seine Wirkung durch die Austauschbarkeit von Körper und Bild erhält. Dies zeigt sich zum Beispiel in Praktiken sogenannter Bilderstürme des Ikonoklasmus, wie sie in Religionen, Medien, Recht, Politik, oder Kriegen vorgekommen sind und vorkommen. Die Bilderstürmer zerstören Bilder anstelle von Körpern. Im Akt der Zerstörung gelten Bild und Körper als gleichwertig.

Die dritte Form ist der sogenannte „intrinsische“ Bildakt, bei dem die Wirkung des

Bildes aus seiner Form heraus entsteht. Damit können die formalen Elemente eines Bildes gemeint sein, wie zum Beispiel Punkt, Linie, Farbe, Materialität, aber auch das von Bredekamp vermutete Eigenleben eines Bildes, das über eine künstlerische Schöpfung hinaus geht. Bredekamp spricht in diesem Zusammenhang von einem Blickpotenzial der Bilder. Gemeint ist damit, dass die Beziehung zwischen Betrachter und Bild vertauscht werden kann. Denn es gibt Bilder, von denen sich der Betrachter angeschaut fühlt, wie zum Beispiel von der bekannten Mona Lisa Leonardo da Vincis (vgl. Bredekamp, H. 2010, S. 51ff.).

Mit der These, wonach Bilder das erzeugen, was sie zeigen, wendet sich diese Bildakttheorie in erster Linie gegen die Vorstellung, dass Bilder etwas Vorgängiges abbilden oder repräsentieren. Mit dem Begriff „Bildakt“ meint Bredekamp „eine Wirkung auf das Empfinden, Denken und Handeln [...] die aus der Kraft des Bildes und der Wechselwirkung mit dem betrachtenden, berührenden und auch hörenden Gegenüber entsteht“ (zit. Bredekamp, H. 2010, S. 52).

Wichtig ist allerdings, dass Bildakte nie zwangsläufig erfolgen: Von einem automatischen Vorgang ist nicht die Rede. Dass die optionalen Wirkungen auf der anderen Seite nicht willkürlich geschehen, ergibt sich dabei von selbst.

Eine derartige Form des „Bildakts“, wie Bredekamp ihn beschreibt, würde sich zum Beispiel durch eine Fotografie zeigen, die einerseits eine Momentaufnahme darstellt, andererseits aber diesen Moment mit einer bereits vorher erdachten Absicht belegt, selektiert und entsprechend gestaltet. Die Fotografie als Medium wäre folglich dann performativ, wenn sie schon im Vorfeld der Aufnahme ein Aspekt der Idee dazu ist was sie später im fertigen Bild selbst evozieren wird (vgl. Deppner, M. 2009, S.7).

Eine weitere Möglichkeit kultureller Performance, formuliert schließlich Jacques Derrida innerhalb eines Vortrags mit dem Titel „Signatur Ereignis Kontext“ (vgl. Derrida, J. 1988), den er bereits 1971 auf einer Konferenz in Kanada gehalten hat und der später (1977) erstmals in der englischsprachigen Zeitschrift ‚Glyph‘ erschienen ist. Derrida geht hier davon aus, dass Wiederholungen und Zitate kultureller Muster innerhalb medialer Äußerungen auch zum Gelingen einer kulturellen Performance beitragen können (vgl. Derrida, J. 1988, S. 310-313).

Im Bezug zur Fotografie wäre dies zum Beispiel der Fall, wenn innerhalb eines Fotos bestimmte bekannte Gesten, Körperhaltungen, Stimmungen oder Zeichen wiederge-

geben werden, dieses allerdings nur, wenn innerhalb der Aufnahme eine ironische Brechung und Neuinterpretation im Verhältnis zum tradierten Bildgegenstand statt findet. Die Fotoaufnahme verspricht dann zwar einerseits einen bestimmten Wahrheitsgehalt, aber eine Verschiebung der Konnotation wäre das Ergebnis (vgl. Deppner, M. 2009, S. 7).

6 Künstlerische Arbeit und Material Fundus

Im Rahmen des künstlerischen Teils der Ph.D- Arbeit wurde sich, entsprechend dem theoretischen Teil dieser Arbeit, auf die Handyfotografie und hier im weitesten Sinne auf das Selbstportrait konzentriert. Zu einem Selbstportrait, wie es in dieser Arbeit verwendet wird, werden alle Bildergebnisse gezählt, die zu einer Selbstinszenierung im Internet und den sozialen Onlinenetzwerken gebraucht werden und mit einem Smartphone aufgenommen wurden. Neben dem klassischen „Selfie“ (Selbstportrait) können dazu auch Aufnahmen vom eigenen Essen oder bestimmte wiederkehrende Urlaubsmotive gehören. Beobachtet man die verschiedenen Formen von Selbstinszenierung innerhalb der sozialen Onlinenetzwerke und, im Fall der vorliegenden Arbeit, vor allem diejenigen, die visueller Art sind, so fällt auf, dass Nutzer nicht nur Bilder von sich selbst zur Selbstdarstellung präsentieren, sondern auch Fotos von ihrem Umfeld. Besonders beliebt ist die Zurschaustellung des persönlichen Essverhaltens. Es wird damit gezeigt, wo man isst, was man isst und auf welche Art man es isst. Geschmack und Status können hierüber genauso vermittelt werden wie durch die Abbildung der eigenen Person. Hinzu kommt, dass es eine alltägliche Handlung ist: das Essen. Es scheint gegenwärtig ebenso alltäglich zu sein, etwas zu essen, wie es fotografisch abzulichten und in den sozialen Netzwerken zu teilen. Es ist ein Ritual, eine Handlung und es bietet Potential, ein performativer Akt zu werden, nimmt man es mit der eigenen Kamera auf, um es in der Netzgemeinde zu teilen.

Innerhalb der vorliegenden künstlerischen Forschungsarbeit wurde zunächst ein Archiv von „Selfies“ (Handyselbstportraits) sowie von Essensaufnahmen erstellt. Dieses Archiv ist Kern der Praxis basierten Forschung und wird durch performative, interaktive Installationen, Feldexperimente und fotografische Serien erweitert und verarbeitet.

6.1. Archive

Der erste Teil der Arbeit, das „DF Portrait Archiv“ und das „E Portrait Archiv“, besteht aus einer individuellen Sammlung von Profilfotos junger Frauen als auch von Essensaufnahmen aus Onlinenetzwerken wie zum Beispiel Facebook, die durch eine wiederkehrende Geste (dem sogenannten Duckface/ DF) gekennzeichnet sind oder, wie bei den Essensaufnahmen, immer wiederkehrende ähnlich gestaltete Aufnahmen von Essbarem zeigen und meist via Smartphone aufgenommen wurden. Das ursprünglich für Individualität stehende Portrait geht hier in einer vereinheitlichenden Geste oder Bildsprache unter und repräsentiert gleichzeitig eine junge Internetgeneration mit ihrem Nutzungsverhalten von Handyfotografie, Internet und sozialen Onlinenetzwerken.

Beim Erstellen des Archivs wurden unterschiedliche Facebook und Instagram Profile als auch Webseiten mit gesammelten Fotos aus den beiden Bereichen (Profilfoto und Essensaufnahme) durchsucht und die einzelnen Fotos zusammengetragen. Beide Archive versammeln inzwischen jeweils 120 Bilder. Es handelt sich bei der Auswahl um eine rein künstlerische subjektive Entscheidung und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Dies erscheint ohnehin unmöglich, da täglich Verschiebungen im Internet dazu führen, dass millionen Bilder dazu kommen und wieder entfernt werden. Jede Sekunde werden praktisch hunderttausende von Bildern produziert und über das Netz zugänglich gemacht. Die digitalen Formate erlauben nicht nur einen quantitativen Zuwachs, sondern sie gestalten auch den Zusammenhang von sichtbarem Foto, Informationen und den abgebildeten Objekten neu. Betrachtet man die ständig produzierte Menge an Bildern, dann scheinen die tradierten Methoden im Umgang mit Fotomaterial förmlich antiquiert: Fotoarchive ordnen Fotografien nach komplexen Systemen und produzieren eine kleine Anzahl fotospezifisch verschlagworteter Datensätze. Das tradierte Archiv, in dem Fotonegative, Dias und fotografische Abzüge einzusehen sind, verliert vielfach an Bedeutung. Digitale Speicherplatten und Datenbanken ersetzen dessen Funktion.

Zugleich schwillt die Bilderflut im Internet in unvergleichlich größerem Umfang weiter an - diejenigen Daten, die entstehen, ohne „hochgeladen“ zu werden, gar nicht mitgerechnet.

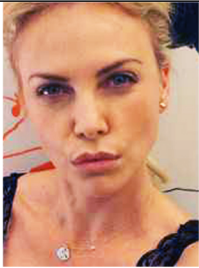
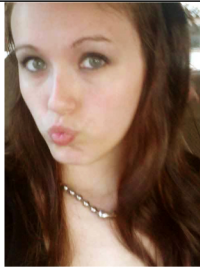
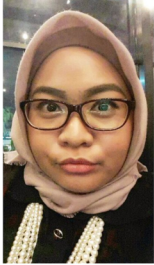
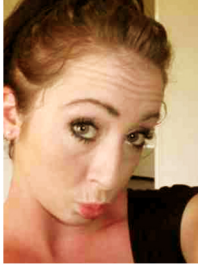
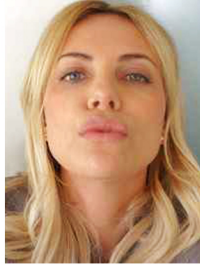
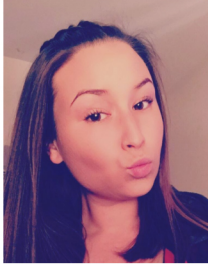
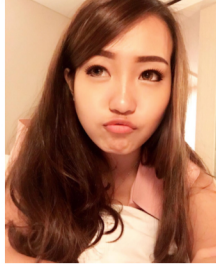
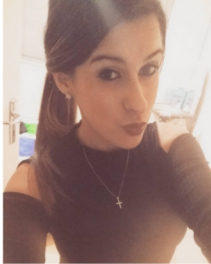
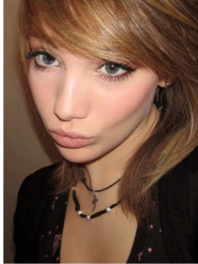
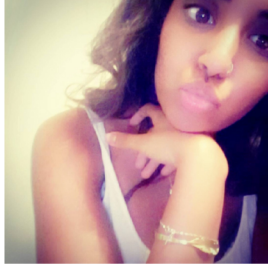
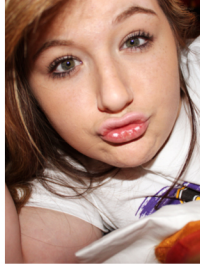
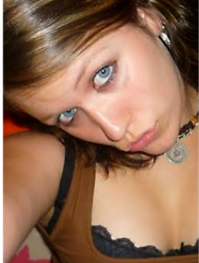
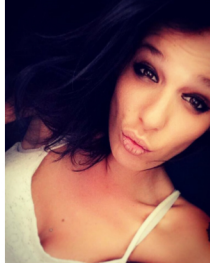
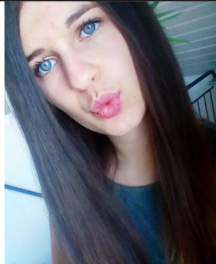
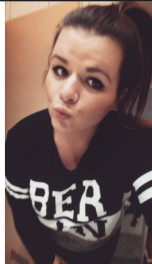
Bei der Erstellung der dieser Arbeit zu Grunde liegenden künstlerischen Archive geht es folglich vielmehr um ein assoziatives Bild, was durch die rein subjektiv zusam-

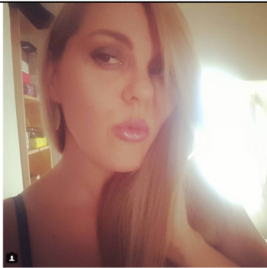
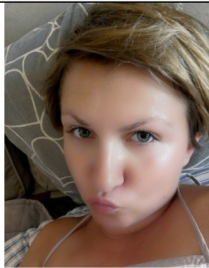
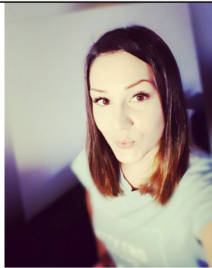
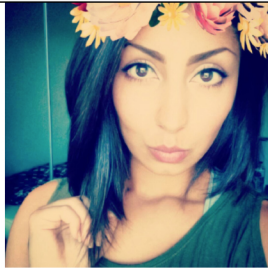
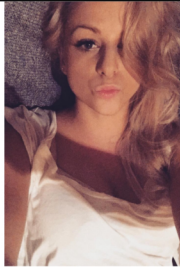
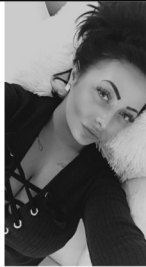
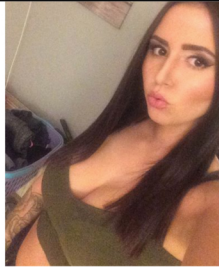
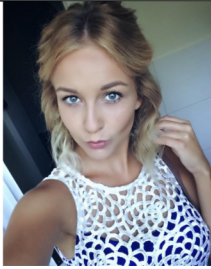
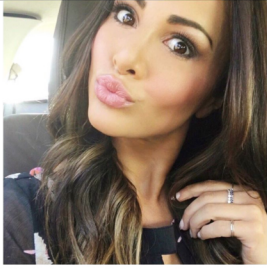
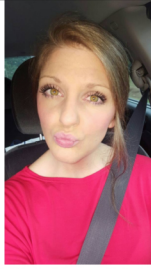
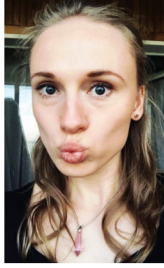
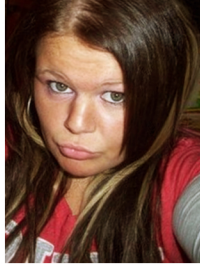
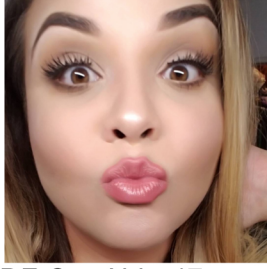
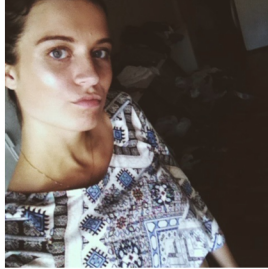
mengestellte Menge an gesammelten Motiven entwickelt werden soll. Man kann auch von einer qualitativen Auswahl sprechen.

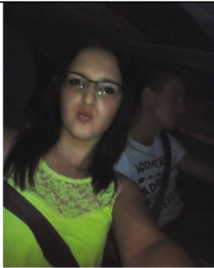
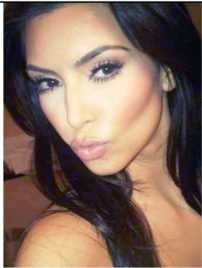
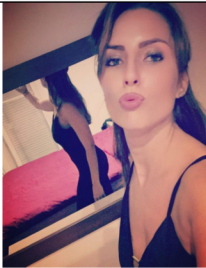
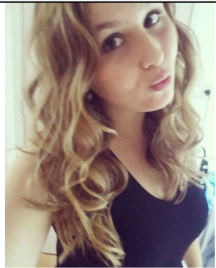
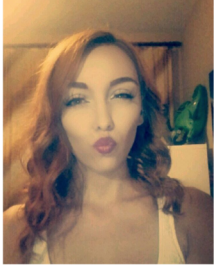
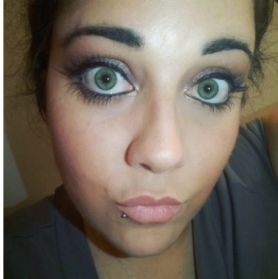
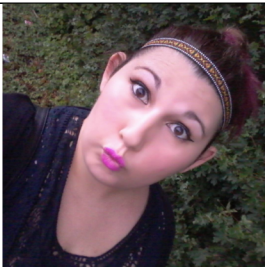
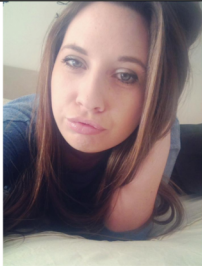
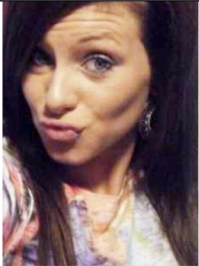
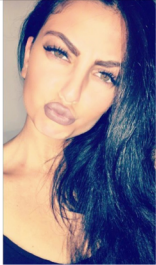
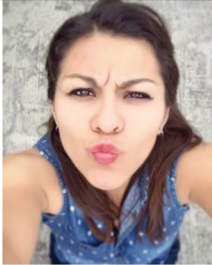
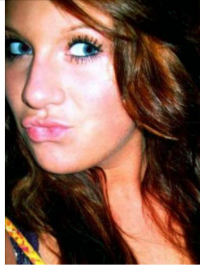
Bei der Auswahl der einzelnen Bilder wurde sich ausschließlich daran orientiert, dass immer ähnliche Gesten, Bildinhalte und Ausschnitte erkennbar sind, um die Bilder vergleichbar zu machen.

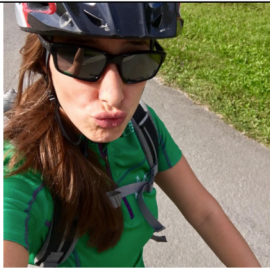
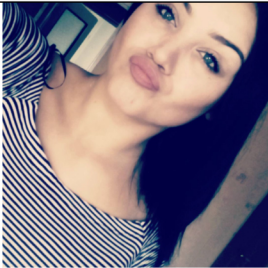
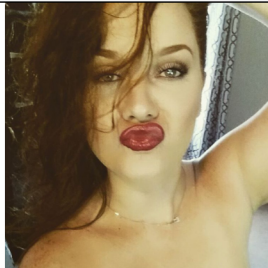
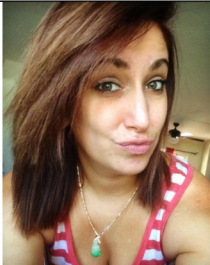
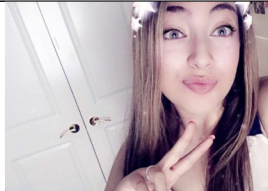
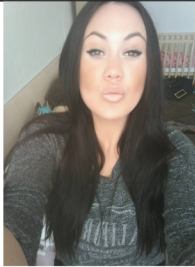
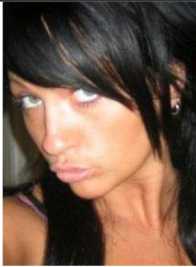
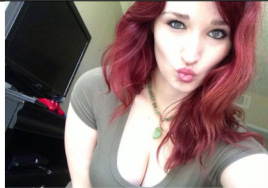
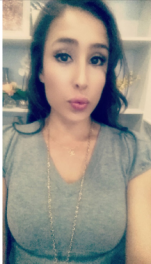
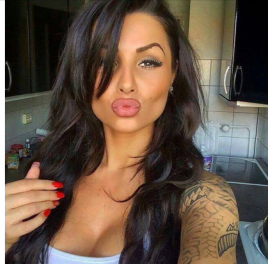
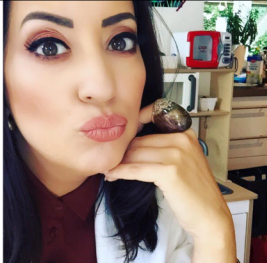
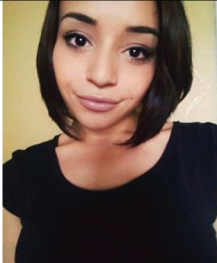
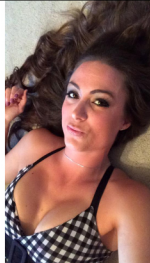
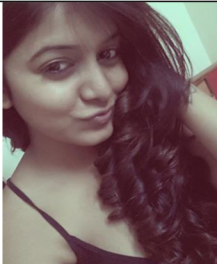
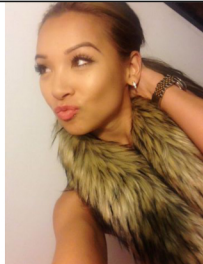
In Bezug auf die vorangestellten Theorien zur Semiotik und zur Stereotypenforschung scheinen die künstlerischen Archive mit Duckface- und Essensfotos einen idealen Materialfundus darzustellen. Eine genaue Analyse erfolgt in den nächsten Abschnitten dieser Arbeit. Aber auch ohne diese Analyse scheint die Auswahl dieser Archivthemen prädestiniert, um die Zeichenhaftigkeit fotografischer Bilder als auch vorhandene Stereotype und deren Erscheinung, Distribution und Verbreitung zu untersuchen. Eine Entscheidung zu dieser Form der Sammlung erfolgte also in Abstimmung mit den vorgenannten Theorien.

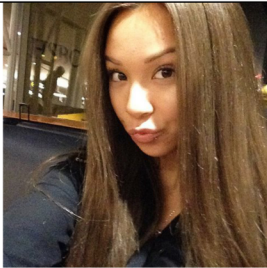
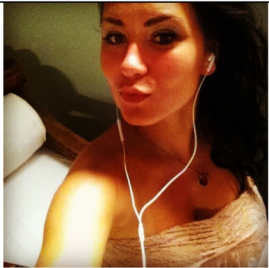
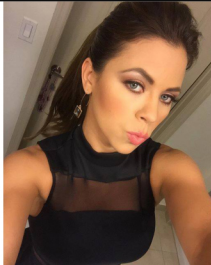
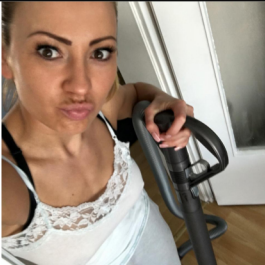
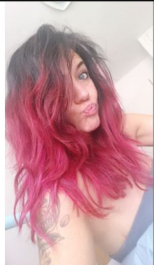
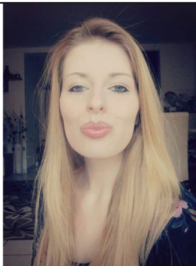
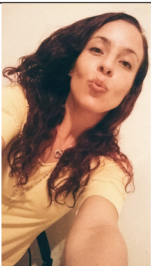
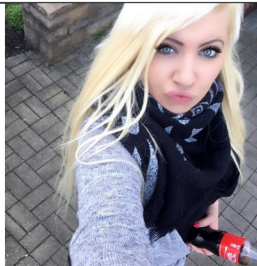
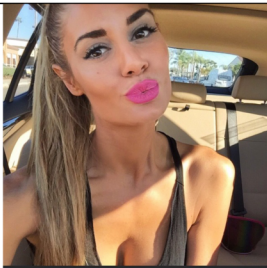
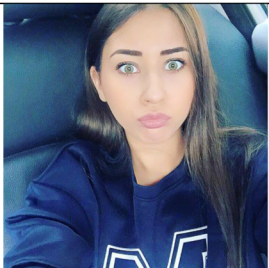
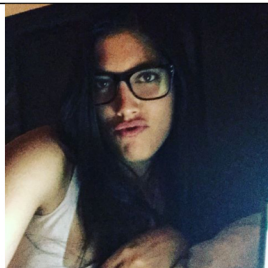
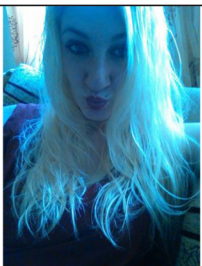
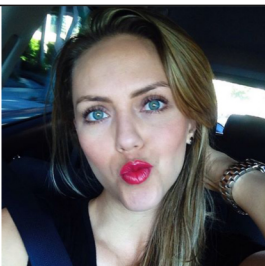
Das Duckface Archiv (DF), 120 Fotos:

			
DF Qu. Abb. 1	DF Qu. Abb. 2	DF Qu. Abb. 3	DF Qu. Abb. 4
			
DF Qu. Abb. 5	DF Qu. Abb. 6	DF Qu. Abb. 7	DF Qu. Abb. 8
			
DF Qu. Abb. 9	DF Qu. Abb. 10	DF Qu. Abb. 11	DF Qu. Abb. 12
			
DF Qu. Abb. 13	DF Qu. Abb. 14	DF Qu. Abb. 15	DF Qu. Abb. 16
			
DF Qu. Abb. 17	DF Qu. Abb. 18	DF Qu. Abb. 19	DF Qu. Abb. 20
			
DF Qu. Abb. 21	DF Qu. Abb. 22	DF Qu. Abb. 23	DF Qu. Abb. 24

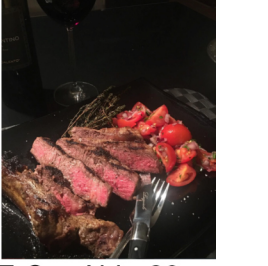
			
DF Qu. Abb. 25	DF Qu. Abb. 26	DF Qu. Abb. 27	DF Qu. Abb. 28
			
DF Qu. Abb. 29	DF Qu. Abb. 30	DF Qu. Abb. 31	DF Qu. Abb. 32
			
DF Qu. Abb. 33	DF Qu. Abb. 34	DF Qu. Abb. 35	DF Qu. Abb. 36
			
DF Qu. Abb. 37	DF Qu. Abb. 38	DF Qu. Abb. 39	DF Qu. Abb. 40
			
Qu. Abb. 41	Qu. Abb. 42	Qu. Abb. 43	Qu. Abb. 44
			
DF Qu. Abb. 45	DF Qu. Abb. 46	DF Qu. Abb. 47	DF Qu. Abb. 48

			
DF Qu. Abb. 49	DF Qu. Abb. 50	DF Qu. Abb. 51	DF Qu. Abb. 52
			
DF Qu. Abb. 53	DF Qu. Abb. 54	DF Qu. Abb. 55	DF Qu. Abb. 56
			
DF Qu. Abb. 57	DF Qu. Abb. 58	DF Qu. Abb. 59	DF Qu. Abb. 60
			
DF Qu. Abb. 61	DF Qu. Abb. 62	DF Qu. Abb. 63	DF Qu. Abb. 64
			
DF Qu. Abb. 65	DF Qu. Abb. 66	DF Qu. Abb. 67	DF Qu. Abb. 68
			
DF Qu. Abb. 69	DF Qu. Abb. 70	DF Qu. Abb. 71	DF Qu. Abb. 72

			
DF Qu. Abb. 73	DF Qu. Abb. 74	DF Qu. Abb. 75	DF Qu. Abb. 76
			
DF Qu. Abb. 77	DF Qu. Abb. 78	DF Qu. Abb. 79	DF Qu. Abb. 80
			
DF Qu. Abb. 81	DF Qu. Abb. 82	DF Qu. Abb. 83	DF Qu. Abb. 84
			
DF Qu. Abb. 85	DF Qu. Abb. 86	DF Qu. Abb. 87	DF Qu. Abb. 88
			
DF Qu. Abb. 89	DF Qu. Abb. 90	DF Qu. Abb. 91	DF Qu. Abb. 92
			
DF Qu. Abb. 93	DF Qu. Abb. 94	DF Qu. Abb. 95	DF Qu. Abb. 96

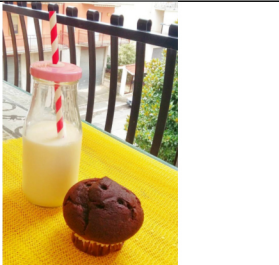
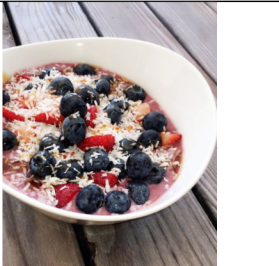
			
DF Qu. Abb. 97	DF Qu. Abb. 98	DF Qu. Abb. 99	DF Qu. Abb. 100
			
DF Qu. Abb. 101	DF Qu. Abb. 102	DF Qu. Abb. 103	DF Qu. Abb. 104
			
DF Qu. Abb. 105	DF Qu. Abb. 106	DF Qu. Abb. 107	DF Qu. Abb. 108
			
DF Qu. Abb. 109	DF Qu. Abb. 110	DF Qu. Abb. 111	DF Qu. Abb. 112
			
DF Qu. Abb. 113	DF Qu. Abb. 114	DF Qu. Abb. 115	DF Qu. Abb. 116
			
DF Qu. Abb. 117	DF Qu. Abb. 118	DF Qu. Abb. 119	DF Qu. Abb. 120

Das Essensfotoarchiv (E), 120 Fotos:

			
E Qu. Abb. 1	E Qu. Abb. 2	E Qu. Abb. 3	E Qu. Abb. 4
			
E Qu. Abb. 5	E Qu. Abb. 6	E Qu. Abb. 7	E Qu. Abb. 8
			
E Qu. Abb. 9	E Qu. Abb. 10	E Qu. Abb. 11	E Qu. Abb. 12
			
E Qu. Abb. 13	E Qu. Abb. 14	E Qu. Abb. 15	E Qu. Abb. 16
			
E Qu. Abb. 17	E Qu. Abb. 18	E Qu. Abb. 19	E Qu. Abb. 20
			
E Qu. Abb. 21	E Qu. Abb. 22	E Qu. Abb. 23	E Qu. Abb. 24

			
E Qu. Abb. 25	E Qu. Abb. 26	E Qu. Abb. 27	E Qu. Abb. 28
			
E Qu. Abb. 29	E Qu. Abb. 30	E Qu. Abb. 31	E Qu. Abb. 32
			
E Qu. Abb. 33	E Qu. Abb. 34	E Qu. Abb. 35	E Qu. Abb. 36
			
E Qu. Abb. 37	E Qu. Abb. 38	E Qu. Abb. 39	E Qu. Abb. 40
			
E Qu. Abb. 41	E Qu. Abb. 42	E Qu. Abb. 43	E Qu. Abb. 44
			
E Qu. Abb. 45	E Qu. Abb. 46	Qu. Abb. 47	E Qu. Abb. 48

			 E Qu. Abb. 52
E Qu. Abb. 49	E Qu. Abb. 50	E Qu. Abb. 51	
		 E Qu. Abb. 55	 E Qu. Abb. 56
E Qu. Abb. 53	E Qu. Abb. 54	E Qu. Abb. 55	
		 E Qu. Abb. 59	 E Qu. Abb. 60
E Qu. Abb. 57	E Qu. Abb. 58	E Qu. Abb. 59	
			 E Qu. Abb. 64
E Qu. Abb. 61	E Qu. Abb. 62	E Qu. Abb. 63	
			 E Qu. Abb. 68
E Qu. Abb. 65	E Qu. Abb. 66	E Qu. Abb. 67	
		 E Qu. Abb. 71	 E Qu. Abb. 72
E Qu. Abb. 69	E Qu. Abb. 70	E Qu. Abb. 71	

			
E Qu. Abb. 73	E Qu. Abb. 74	E Qu. Abb. 75	E Qu. Abb. 76
			
E Qu. Abb. 77	E Qu. Abb. 78	E Qu. Abb. 79	E Qu. Abb. 80
			
E Qu. Abb. 81	E Qu. Abb. 82	E Qu. Abb. 83	E Qu. Abb. 84
			
E Qu. Abb. 85	E Qu. Abb. 86	E Qu. Abb. 87	E Qu. Abb. 88
			
E Qu. Abb. 89	E Qu. Abb. 90	E Qu. Abb. 91	E Qu. Abb. 92
			
E Qu. Abb. 93	E Qu. Abb. 94	E Qu. Abb. 95	E Qu. Abb. 96

			
E Qu. Abb. 97	E Qu. Abb. 98	E Qu. Abb. 99	E Qu. Abb. 100
			
E Qu. Abb. 101	E Qu. Abb. 102	E Qu. Abb. 103	E Qu. Abb. 104
			
E Qu. Abb. 105	E Qu. Abb. 106	E Qu. Abb. 107	E Qu. Abb. 108
			
E Qu. Abb. 109	E Qu. Abb. 110	E Qu. Abb. 111	E Qu. Abb. 112
			
E Qu. Abb. 113	E Qu. Abb. 114	E Qu. Abb. 115	E Qu. Abb. 116
			
E Qu. Abb. 117	E Qu. Abb. 118	E Qu. Abb. 119	E Qu. Abb. 120

Da die Unmöglichkeit einer absolut allgemeingültigen Archivsammlung an Profil- und Essensfotos aus dem Internet einsichtig und auch der Bedeutungsverlust klassischer Bildarchive bekannt ist, wurde für eine Ausstellungssituation eine passende Präsentationsform gesucht. Daraus entwickelt hat sich die Idee eines „Bilderbergs“. Es werden ca. 1000 Fotografien in der Größe je 9x13 cm aus einem der Archive zunächst aus ihrem digitalen Dasein in die reale greifbare Welt als Papierabzüge zurückgeführt und schließlich im Raum verstreut. Die vorhandene Ausstellungssituation kann dabei unterschiedlich sein. Die Arbeit lässt sich beliebig an den Raum anpassen und über vorhandene Raumelemente wie Sockel oder Möbel hinweg streuen - dies entspricht sogar einmal mehr dem Empfinden einer „Bilderflut“. Das zuvor gesammelte Archiv wird auf diese Art und Weise durcheinander gebracht und es wird künstlerisch auf die Unmöglichkeit hingewiesen, innerhalb der digitalen Bilderflut zu einem umfassenden Archiv zu kommen. Gleichzeitig wird der Bedeutungsverlust analoger Archive verdeutlicht sowie die Stereotypität und die Austauschbarkeit der einzelnen gesammelten Fotografien.

Ein zusätzlicher Aspekt liegt in der Bewusstmachung für den Betrachter. Gemeint ist, dass man es hier mit Bildern zu tun hat, die meist niemals gedruckt werden, sondern ausschließlich für das Netz gemacht sind und in diesem kursieren. Durch die 1000 ausgedruckten und verstreuten Bilder wird diese Masse plötzlich greifbarer und gleichzeitig ins Absurde verkehrt.

Im Verlauf der künstlerischen Praxis dient das Archiv an „Selfies“ und an Essensaufnahmen als Grundlage für weitere künstlerische Experimente sowie als Begleitung der theoretischen Arbeit.

Innerhalb der theoretischen Arbeit dient das Archiv als Materialfundus. In Bezug zur These werden anhand von Bildanalysen und Vergleichen die bereits genannten Theorien angewandt und der Versuch unternommen, die These zu überprüfen und zu belegen.

Ausstellungsbeispiel des „Duckface Archivs“ im Bauhaus Musterhaus
,Haus am Horn', Weimar 2015:



6.2. „Expanded Pictures“ interaktive Installation

Aus den zusammengestellten Archiven hat sich in der Folge die „Expanded Pictures“ Installation entwickelt. Diese interaktive Arbeit besteht aus einem Videoloop, der auf acht Monitoren abgespielt wird. Die Monitore liegen flach und ungeordnet auf einem schwarzen Sockel zu einem kleinen Stapel aufgetürmt und sind an einen Computer angeschlossen. Der Computer befindet sich in dem schwarzen Sockel, auf ihm ist eine Programmierung installiert, die dafür sorgt, dass der Videoloop arbeitet und interaktiv ist. Die Programmierung ist in Kooperation mit dem Techniker Andre Tomaszewicz entwickelt worden. Er hat nach Vorgabe die entsprechenden Abläufe in Programmiersprache umgesetzt und auf dem Computer aktiviert. Der Computer ist außerdem mit dem Internet verbunden. Auf welche Weise die Verbindung hergestellt ist, also via WLAN, Kabel oder Internetstick, ist unerheblich, Hauptsache, eine Verbindung ist vorhanden. Dieses ist deshalb entscheidend, da nur so eine Interaktivität gewährleistet ist. Innerhalb einer Ausstellungssituation ist es nun möglich, dass die Besucher Teil der Installation werden, in dem sie durch eine Handlungsanweisung dazu aufgefordert werden, mit dem eigenen Handy ein Selbstportrait zu fotografieren und dieses via WLAN an eine angegebene Emailadresse und damit an die Installation (also an den Computer) zu schicken. Die Handlungsanweisung liegt als kleine Kärtchen in Visitenkartengröße mit folgendem Wortlaut im Ausstellungsraum aus: „postaselfie@gmail.com“. Die Handlungsanweisung und die Zieladresse sind identisch, um die Anweisung möglichst knapp zu halten. Nachdem ein Besucher, eine Besucherin ein Foto aufgenommen hat und es an die angegebene Emailadresse versendet wurde, dauert es ca. 4 Minuten, bis das gesendete Portrait innerhalb des Videoloops angezeigt wird. Es ist ein Wechsel von Portrait zu Portrait durch Auflösung (Verpixelung) der eingespeisten Bilder zu sehen. Die Programmierung arbeitet folgendermaßen: Sobald ein Foto an die angegebene Emailadresse geschickt ist, wird der Anhang (nämlich das Foto) „abgeholt“, auf dem Computer gespeichert und in den laufenden Loop eingearbeitet. Durch zeitlich variable „Frames“ findet bei der Wiedergabe von Bild zu Bild eine Verpixelung statt. Noch während der Entstehung eines neuen Loops gehen die älteren Fotos in der Menge der übrigen Bilder unter. Im vorbereiteten Loop werden stets 20 Bilder abgespielt, immer, wenn ein neues Foto hochgeladen wird, wird ein älteres Foto aus dem Loop gelöscht. Die aus dem Loop gelöschten Bilder gehen allerdings nicht verloren, da sie auf dem Computer gespeichert bleiben und so für die späteren theoretischen Auswertungen nutzbar sind. Die

Verpixelung zwischen den einzelnen angezeigten Bildern des Loops stellt eine bewusste Entscheidung dar, soll sie doch zusätzlich auf den technischen Aspekt hinweisen, dass eben alle Bilder aus digitalen Daten (Pixeln) bestehen.

Ausstellungsbeispiel der interaktiven „Expanded Pictures“ Installation in den KW - Kunstwerken Berlin, 2014:

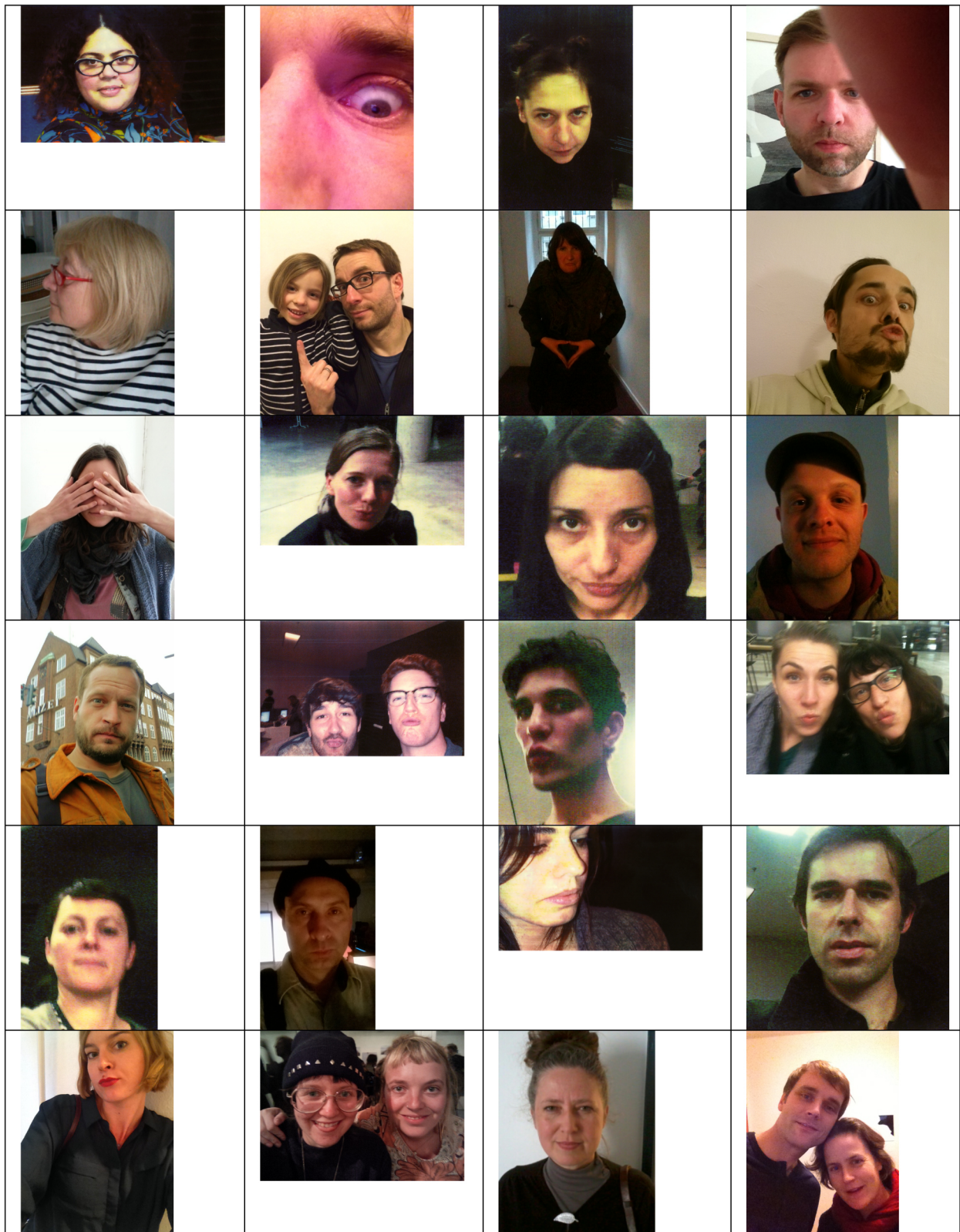


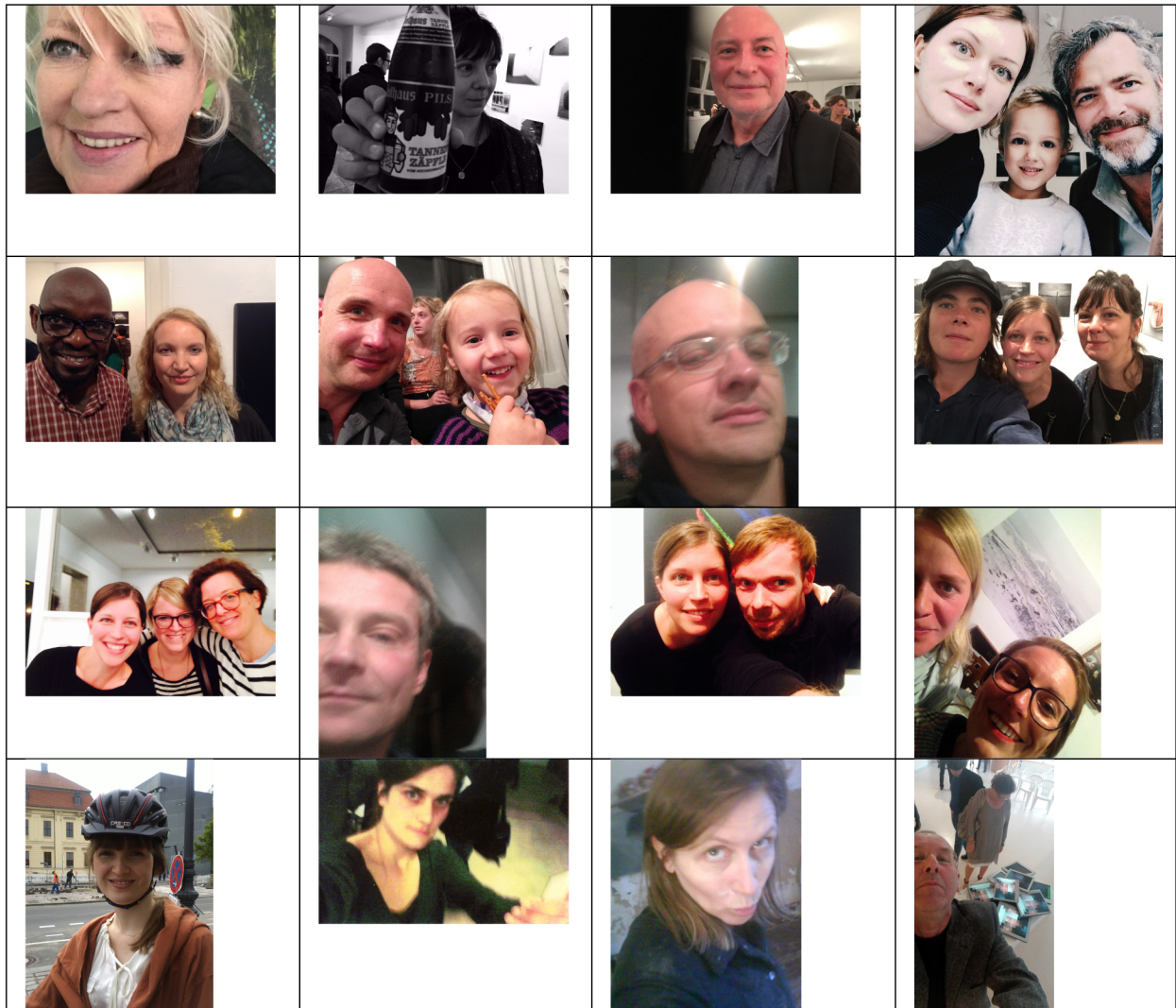
Die Installation „Expanded Pictures“ stellt den Versuch dar, in Form eines Feldexperiments nachvollziehbar zu machen, wie der Handlungsablauf von Personen aussieht, die ein „Selfie“ mit dem Handy fotografieren und dieses im Anschluss daran online hochladen, um es mit anderen Menschen zu teilen. Gleichzeitig wird überprüft, inwieweit sich die Handlung des Fotografierens mit dem Handy im Alltag bereits automatisiert hat, so dass Personen eventuell ohne zu zögern an dem Experiment teilnehmen. Es wird ferner überprüft, welche Bildsprache die eingebrachten Fotos sprechen, ob sich Stereotype erkennen lassen und ob sie den zuvor gesammelten Archivfotos aus dem Internet (DF Archiv) entsprechen. Diese Bildergebnisse werden ebenso wie die zuvor erstellten Archive („Selfie“ Archiv und Essensbilder Archiv) in Bezug zu den zuvor genannten Theorien zur Semiotik und zur Stereotypenforschung gesetzt.

Mit der interaktiven Installation „Expanded Pictures“ werden außerdem Bereiche aus den ebenfalls zuvor genannten Theorien zur Performanz nachvollzogen. Der im Sinne Austins als Sprechakt formulierte Satz: „Ich grüße Sie.“ (zit. Deppner, M. 2009, S. 7) wird innerhalb eines künstlerischen Feldexperiments direkt auf die Fotografie übertragen. Der nach seiner Theorie formulierte Satz vollzieht, wie bereits beschrieben, seinen Sinn durch die Handlung selbst. Die interaktive Installation „Expanded Pictures“, folgt man zunächst der reinen Beobachtung, überträgt dieses Verhältnis praktisch direkt auf die Fotografie. Es gilt, diese Beobachtung im weiteren Verlauf dieser Arbeit mit den zuvor genannten Theorien in Bezug zu setzen und theoretisch zu beleuchten.

Innerhalb dieses Teils der praktischen Arbeit kommt außerdem noch ein weiterer Bedeutungsaspekt hinzu, nämlich eine sicherlich auch als didaktisch zu bezeichnende Funktion. Denn den Nutzern selbst wird nicht nur ein Handy vorgehalten (ihr eigenes), sondern auch der sogenannte Spiegel. Ihr tägliches Handeln im Kontext von Handyfotografie und sozialen Onlinenetzwerken wird hier, innerhalb einer Ausstellungssituation, isoliert herausgegriffen. Der Betrachter wird zum Nachdenken über sein eigenes Nutzungsverhalten angeregt.

Beispiele hochgeladener Handyfotos der Teilnehmer und Teilnehmerinnen, aufgenommen bei diversen Ausstellungen zwischen 2014 bis 2016 (Teilnehmer anonym):





Um den Aspekt der Handlung, also das Fotografische als Handlung, innerhalb eines Feldexperiments noch weiter zu überprüfen bzw. visuell erfahrbar zu machen, wurde die „Expanded Pictures“ Installation in der Folge noch einmal weiterentwickelt. Das weiterentwickelte Experiment besteht nun lediglich aus der Handlungsanweisung: „What if you send a selfie to a friend now?“. Es wird damit der Versuch unternommen, eine rein performative Arbeit zu schaffen, die dennoch fotografisch ist. Auf sämtliche Hardware, wie Computer, Monitore, Sockel, wurde verzichtet. Es ist also nichts direkt „Greifbares“ (bis auf die Handlungsanweisung) mehr vorhanden. Erstmals wurde diese Arbeit innerhalb einer Ausstellungskooperation des Kreuzberg Pavillon Berlin und der GaDeWe Bremen getestet. Die Handlungsanweisung wurde den Kuratoren des Kreuzbergpavillons zuvor per Email mitgeteilt. Das Team hatte sich dann entschlossen, die Anweisung in einem die Ausstellung begleitenden Kata-

log zu drucken. Der Katalog lag während der Ausstellung für die Besucher zur Einsicht auf einem Sockel aus. Bereits während der Vernissage wurde von allen Beteiligten, selbst innerhalb anderer Performances (wie hier im Beispielbild unten zu sehen), mit dem eigenen Handy „Selfies“ fotografiert. Die einfache Frage innerhalb des Katalogs genügte, um die Besucher und Teilnehmer der Ausstellung zu motivieren, sich selbst zu fotografieren und diese Fotos weiter zu versenden.

Ausstellungsbeispiel in der GaDeWe - Galerie des Westens Bremen, 2014 (kuratiert vom Kreuzberg Pavillon Berlin):



(Handyaufnahmen)



6.3. The Alphabet of Stereotypes

Dieser Teil der Arbeit, „The Alphabet of Stereotypes“, zeigt den Prozess der künstlerischen Forschung in Form von Artefakten, assoziativen Objekten, Hintergrundinformationen wie Programmierungscodes sowie weiterführende visuelle Überlegen. So entstand zum Beispiel parallel zu sämtlichen anderen theoretischen wie praktischen Forschungen eine Sammlung an Stillebenfotos, die die Hilfsmittel (Prothesen) abbilden, mit denen innerhalb der Handyfotografie Stereotype erzeugt werden. Die Stilleben zeigen einen Selfiestick, einen Fahrradhelm mit Handyhalterung, einen Körpergurt zum Umschnallen und Befestigen eines Handys, einen Armgurt, flexible Stative

sowie weitere Kleinteile zur Handyanbringung, Wasserschutzhüllen, eine Fotodrohne und ähnliches. Des Weiteren sind Fotografien zu sehen, die Ausschnitte aus „Selfie“-Fotos zeigen, aus denen das Portrait manuell ausgeschnitten wurde und nur noch der abstrakt erscheinende Bildhintergrund als eigenständiger neuer Raum zu erkennen ist.

Zum „Alphabet of Stereotypes“ gehört ebenfalls die großformatige Fotoserie „SC Portraits“. Dieser Teil der Arbeit basiert auf einer Auswahl an Fotos des „DF Portrait Archivs“. Sieben ausgewählte Portraits wurden mit einem speziell hierfür entwickelten Filter in sogenannte „Spektrenbilder“ umgewandelt und in einer Größe von je 100x100 cm ausbelichtet, auf Alu-Dibond kaschiert und im schmalen Schattenfugenrahmen gerahmt. Die Farbspektren und Pixel der zugrunde liegenden Bilder werden sichtbar, das Portrait verschwindet. „SC Portraits“ reduziert jedes Bild auf seinen Ursprung: Farbspektren (CMYK) und Pixel in entsprechender Ausprägung des zugrunde liegenden Portraitbildes. Auszüge aus dem programmierten „Script“, also aus der Programmierung für die Umwandlung der Scatterchannel-Bilder, werden auf Glasplatten gedruckt und innerhalb einer Sockelinstallation gezeigt, um die Programmierungsdaten offen zu legen. Diese Serie aus sieben „SC Portraits“ folgte zunächst der Überlegung, ob es möglich sei, die digitalen Daten, die hinter den gesammelten „Selfie“-Fotos stecken, visuell erfahrbar zu machen. Und tatsächlich, fern jeglicher abbildender Funktion eröffnen sich für den Betrachter durch jene generierten Fotografien schließlich völlig neue Blicke ins „Universum der technischen Bilder“ (vgl. Flusser, V. 1999). Umgeben von einem unbestimmten schwarzen Bildraum mögen die Leerstellen der farbigen Pixelschwärme Assoziationen an Weltraum, Unterwasserszenen oder an andere individuelle Erinnerungen der Betrachter wecken. Es bleibt bei diesen Überlegungen allerdings bei einer rein ästhetischen Assoziation, die für die folgenden theoretischen Überlegungen und in Bezug zu den vorangestellten Theorien keine Relevanz haben. Es bestand anfänglich die Vermutung, weiterreichende Rückschlüsse aus den umgewandelten Daten ziehen zu können, so zum Beispiel in Bezug auf wiederkehrende Muster auch die Theorien zur Stereotypenforschung anwenden zu können. Diese Vermutung hat sich nicht bestätigt. Die „SC Portraits“ bilden daher innerhalb des Komplexes des „Alphabets of Stereotypes“ einen typischen Schritt innerhalb des künstlerischen Forschungsablaufs. Sie zeigen einen Gedankengang auf, der nicht weiter verfolgt wurde, da keine hinreichenden Ergebnisse, bis auf ästhetische Qualitäten, zu erwarten waren.

Das „Alphabet“ ist erweiterbar und befindet sich im Prozess. Von Präsentation zu Präsentation können diverse Details hinzugefügt und wieder entfernt werden, der Aufbau ist variabel. Diese Offenheit der Präsentation spiegelt den künstlerischen Forschungsprozess wieder, der vor allem im künstlerischen Bereich vielschichtig und durch diverse Assoziationsketten gekennzeichnet ist.

„Alphabet of Stereotypes“ - Auswahl an Stillleben zu Körpererweiterungen:



stick



helmet



tripod



armband



body belt



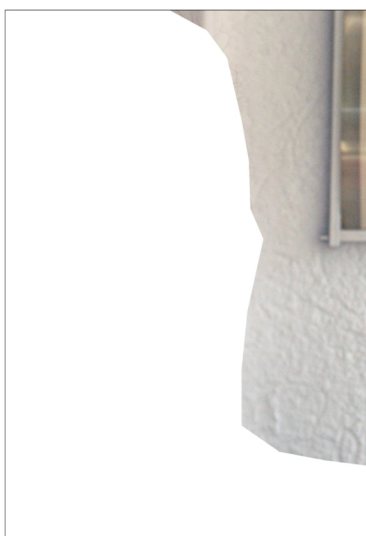
joint

Ausstellungsbeispiel einer Auswahl der Körpererweiterungs-Stilleben im Kunstverein Neckar-Odenwald, Buchen/ Baden-Württemberg, 2016:

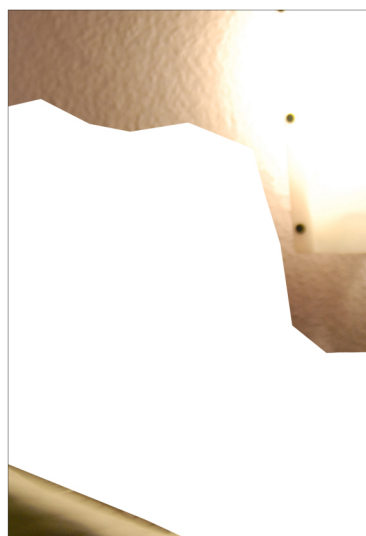


(Handyaufnahme)

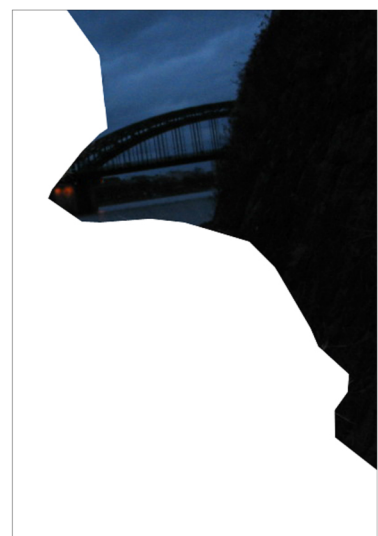
„Alphabet of Stereotypes“ - ausgeschnittenen Selfie-Fotos (digitale Dummys):



n.t. 1#



n.t. 2#



n.t. 3#



n.t. 4#



n.t. 5#

Ausstellungsbeispiel einer Auswahl an ausgeschnittenen Selfie-Fotos im Kunstverein Neckar-Odenwald, Buchen/ Baden-Württemberg, 2016:



(Handyaufnahme)

[illegible]

do nothing #3

```

#
# 1. Indicates to label each axis with a color stripe of the relevant
# color when channels is "color" (or when forward). In other words,
# when separate channel-to-channel scatter images are created.
#
# 2. Indicates to transpose the resulting scatter diagram, interchanging
# the x and y axes (see interchange function).
#
# 3. -- Indicates to mirror the resulting scatter diagram vertically,
# so that the x,y origin is at the bottom left rather than the top left.
#
# NOTE: This process is slow and takes about 2 minutes to complete with the
# default sample size of 50 on my Mac Mini 1.4 GHz G4.
#
# CAVEAT: No guarantee that this script will work for all platforms,
# but not trapping of inconsistent parameters is complete and
# helpout. Use At Your Own Risk.
#
#####
#
# set default values
channels="a"
format="1"
scale=0
label=""
transpose="no"
mirror="no"
#
# set directory for temporary files
dir="" # suggestions are dir="" or dir="tmp"
#
# set up functions to report Usage and Usage with Description
PROGRAM="type 50 peak 'type 50'" # search for extractable on path
PROGRAM="drms SPROGNAME" # extract directory of program
PROGRAM="baseline SPROGNAME" # base name of program
usage()
{
    echo "$2"
    echo -e2 "PROGRAM: '$SPROGNAME': '$color'"
    echo -e2 "x: ##$q: '$Nq'; y: ##$q: '$Nq'; a: 1; 4$P '$SPROGDIR$SPROGNAME'"
}
usage2()
{
    echo "$2"
    echo -e2 "PROGRAM: '$SPROGNAME': '$color'"
    echo -e2 "x: ##$q: '$Nq'; y: ##$q: '$Nq'; a: 1; 4$P '$SPROGDIR$SPROGNAME'"
}

# function to report error messages
errMsg()
{
    echo ""
    echo "$1"
    echo ""
    usage1
    exit 1
}

}

# function to test for minus at start of value of second part of option 1 or 2
checkMinus()
{
    [
        test echo "$1" | grep -c -e "-" ] && # returns 1 if match; 0 otherwise
    [ $ret -eq 1 ] && echo "Warning"
}

# test for correct number of arguments and get values
[ $# -eq 3 ]
{
    echo "help information"
    echo "$0"
    usage2
    exit 0
} && [ $# -gt 10 ]
{
    errMsg "" TOO MANY ARGUMENTS WERE PROVIDED ---"
}
else
    while [ $# -gt 0 ]
    do
        # get parameter values
        test "$1"
        -c help # help information
        echo ""
        usage2
        exit 0
    && [
        # color label stripe
        label="yes"
        -c M # mirror vertically
        mirror="yes"
        -c T # transpose
        transpose="yes"
        -c ]
        # shift # to get the next parameter
        # test if parameter starts with minus sign
        errMsg="" INVALID CHANNELS SPECIFICATION
        echo "Warning"
        #
        checkMinus "$1"
        # test mode values
        channels="color" a="1" b="A-Z" i="4"
        case $channels in
            red-green) channels="";
            rg channels="";
            green-blue) channels="";
            gb channels="";
            blue-red) channels="br";
            br channels="";
            all) channels="all";
            *) errMsg "" CHANNELS SPECIFIED IS
        esac
    esac
}

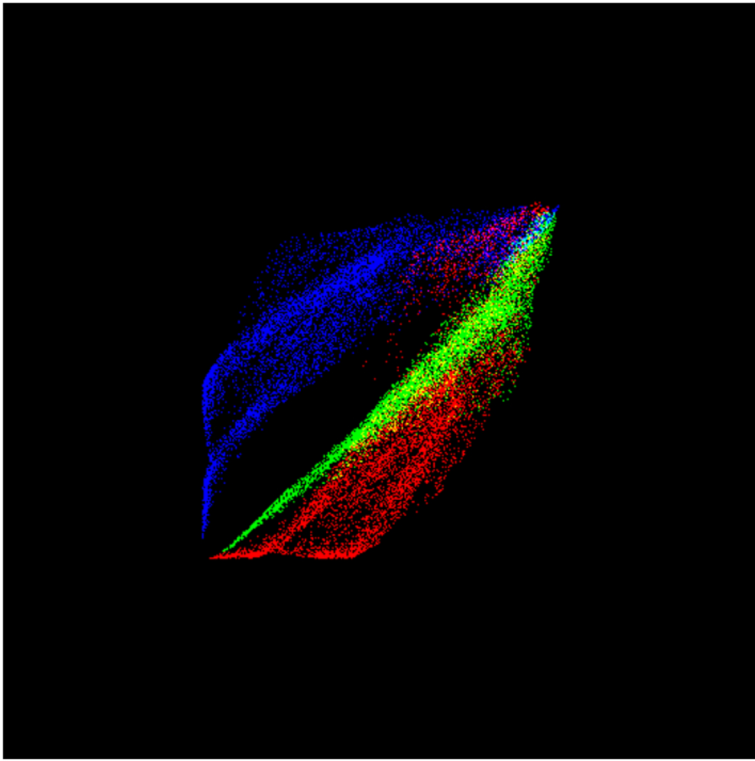
```

do nothing #5

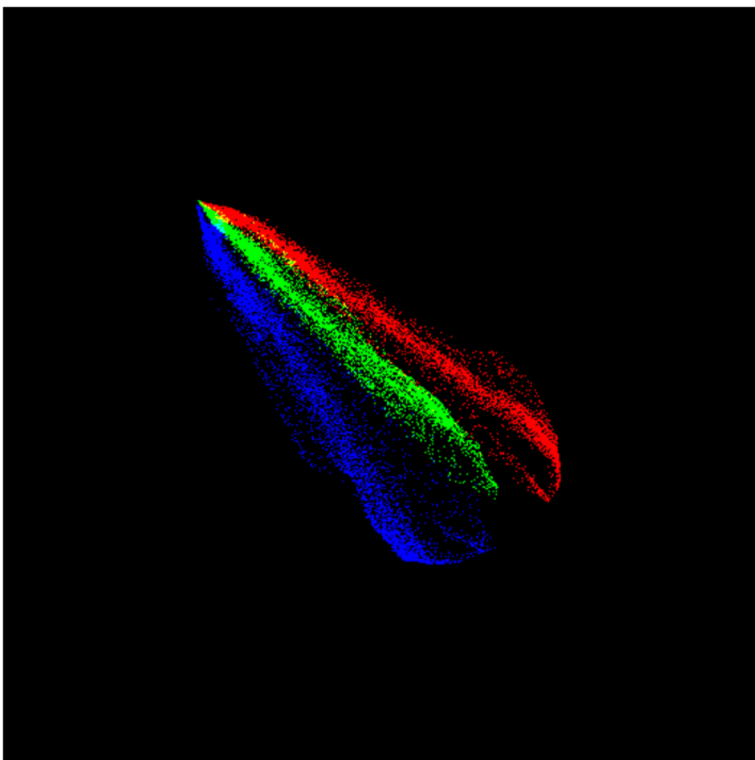


72

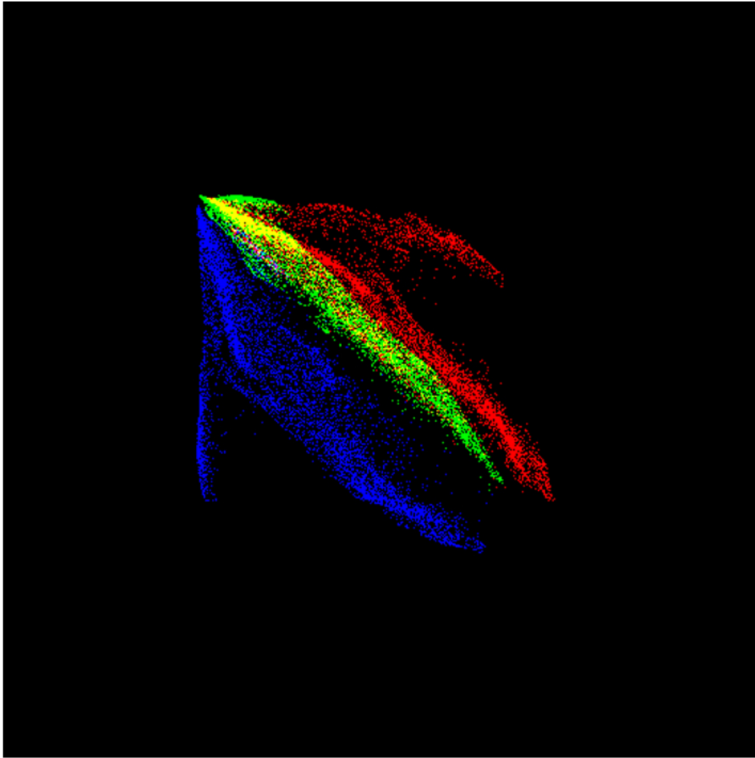
„Alphabet of Stereotypes“ - „Scatter Faces Portraits“:



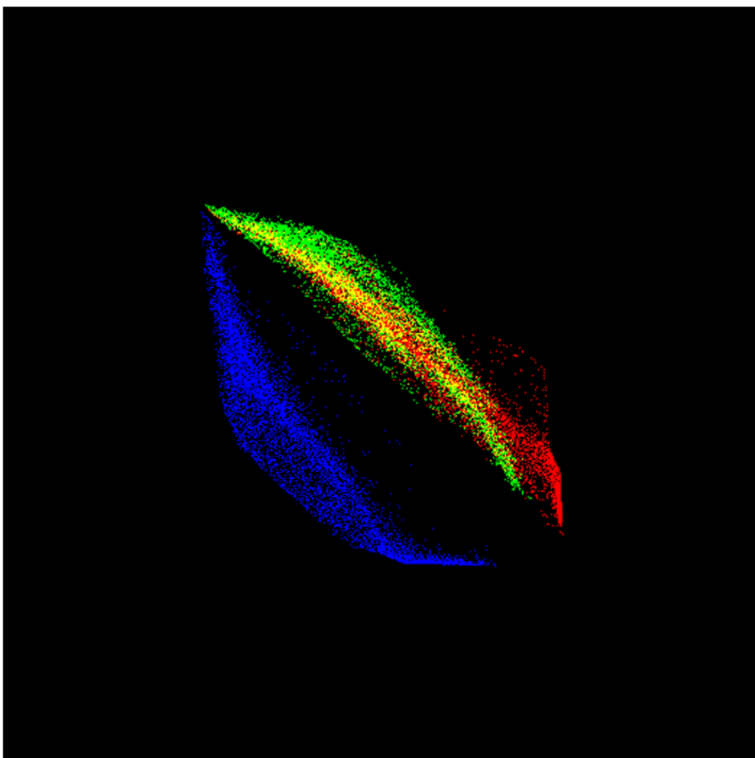
SC 1#



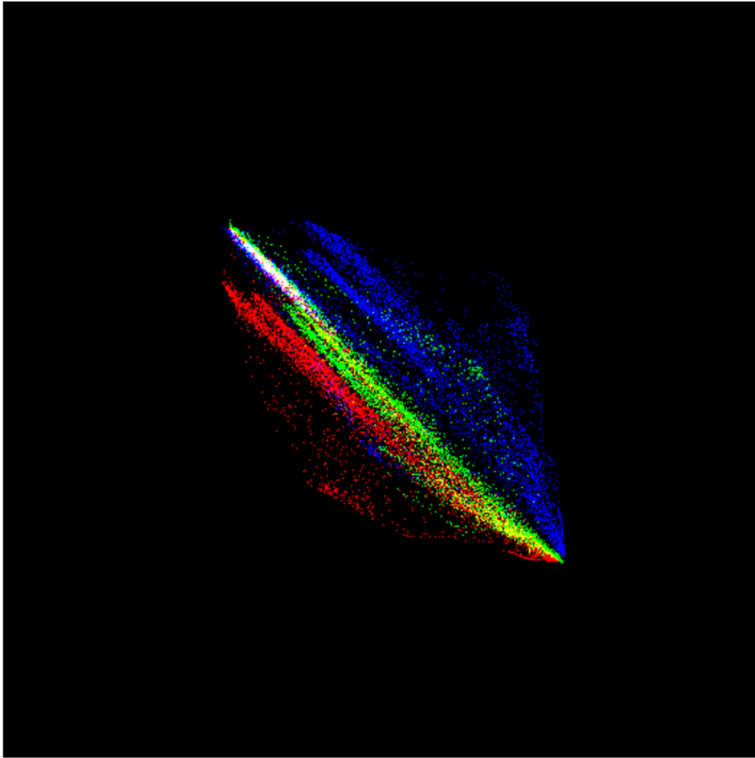
SC 2#



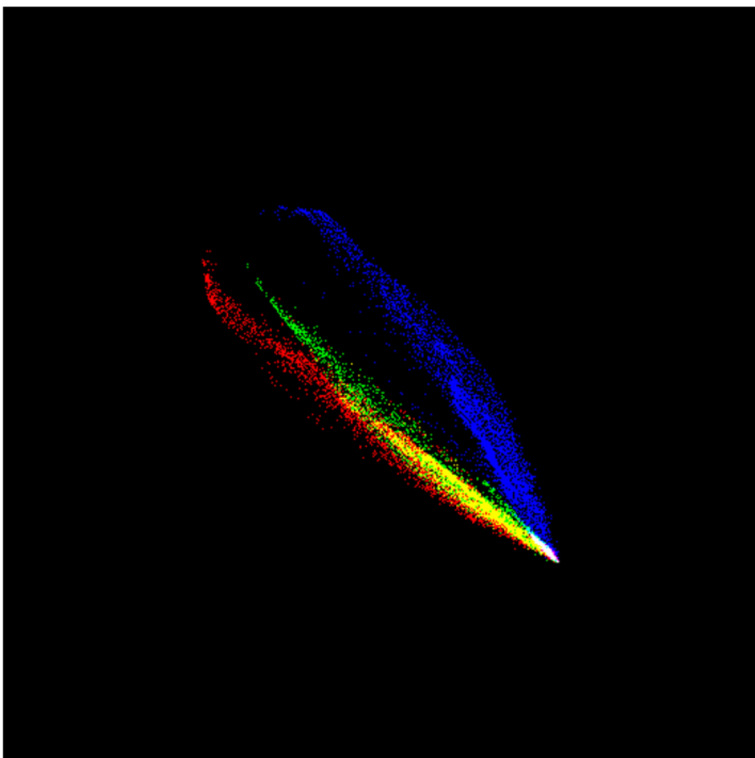
SC 3#



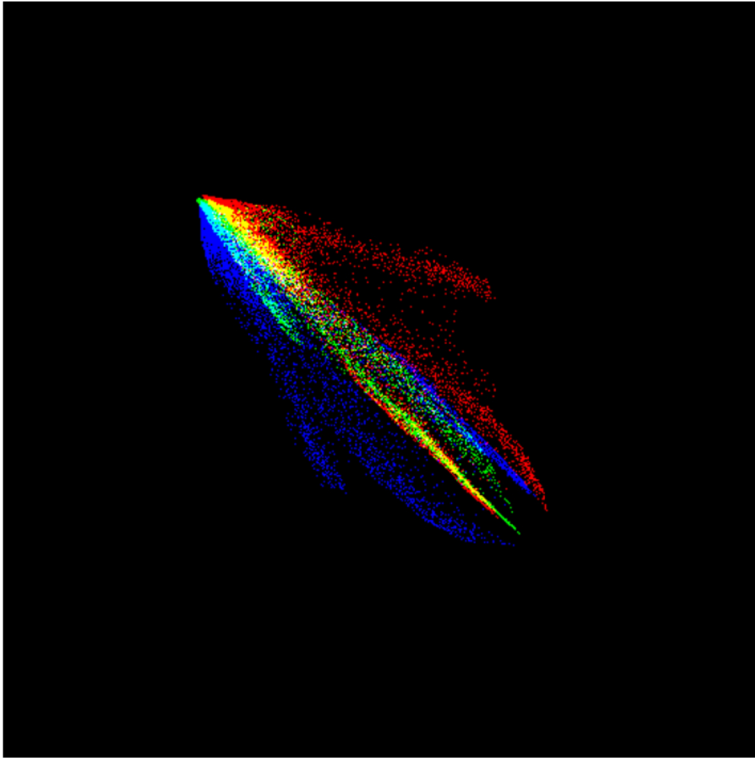
SC 4#



SC 5#



SC 6#



SC 7#

Ausstellungsbeispiel „Scatter Faces“ im Bauhaus Musterhaus ‚Haus am Horn‘, Weimar 2015 (Auswahl):



(SC 2#, 7#, 4#, 1# hinten u. rechts/ hier noch ungerahmt)

7 Analyse

Nachdem in den vorangegangenen Teilen dieser Arbeit einige theoretische Hintergrundinformationen und künstlerische Studien, die dem besseren Verständnis der weiteren Auseinandersetzung mit der vorangestellten These dienen, ausgeführt und beschrieben wurden, beschäftigt sich das folgende Kapitel konkret mit der Zusammenführung von Theorie und Praxis. Dabei werden zunächst die allgemeinen Mittel aufgezeigt, die innerhalb der Handyfotografie für visuelle Stereotypisierungen verantwortlich sind, bevor darauf eingegangen wird, welche sozialen Interessen dahinter stehen und ferner erläutert, wie sich das Fotografische in und durch diese Bilder als Handlung zeigt.

Im Hinblick auf den künstlerischen Teil dieser Arbeit und die in diesem Zusammenhang angelegten Handyfotoarchive (Selfie-Archiv und Essensfoto-Archiv), die jeweils aus 100 Fotos bestehen, sowie die durchgeführten Feldexperimente, werden vor allem diese Bilder und Bildergebnisse betrachtet und damit gearbeitet. Eine Beschränkung auf die persönlichen künstlerischen Arbeiten ergibt sich daraus, dass nur die visuellen Inhalte betrachtet werden sollen, die als persönlicher Materialfundus angelegt wurden und sich konkret auf Stereotype beziehen bzw. sich dem Thema des Fotografischen als Handlung zuwenden. So wird mit Bezug auf die eigene künstlerische Praxis dargelegt, wie sich die neue Rolle der Fotografie innerhalb der mobilen fotografischen Bildpraxis darstellt.

7.1. Visuelle Stereotype durch die Handyfotografie

Laut der am Anfang dieser Arbeit formulierten These, dass innerhalb der mobilen fotografischen Bildpraxis eine neue Rolle der Fotografie auszumachen ist, nämlich, dass die Funktion wegführt von der Fotografie als Bild und hin zum Fotografischen als Handlung und dass dieser Handlung vor allen Dingen visuelle und soziale Stereotype zugrunde liegen, scheint es sinnvoll, im Folgenden Schritt für Schritt einzelne Elemente dieser These näher zu beleuchten und zu analysieren.

Zunächst soll im folgenden Abschnitt untersucht werden, in welcher Form visuelle Stereotype innerhalb der Handyfotografie auszumachen sind und wenn ja, wodurch diese begründet sein könnten.

Zu Beginn muss festgehalten werden, dass es sich bei der Handyfotografie wie bei jeder Kamera um einen Apparat handelt, der bestimmte Eigenschaften und Funktionen aufweist. Durch die technische Gegebenheit, die Programmierung und die vorgegebene Handhabung bewegen sich die fotografischen Bilderergebnisse also in einem bestimmten Rahmen, der auch eine stereotype Bildsprache fördert. Dieses beginnt zum Beispiel mit der Haltung des Geräts. Klassischerweise werden Aufnahmen mit dem Smartphone mit einem leicht ausgestreckten Arm gemacht. Da das Handydisplay gleichzeitig als „Sucher“ wie bei einer analogen Kamera funktioniert, also hierüber das später zu machende Motiv festgelegt wird, braucht es einen bestimmten Augenabstand, um das Motiv entsprechend gestalten zu können. Der Abstand ist nicht länger als eine Armlänge, aber doch so kurz, dass das Display mit den eigenen Augen noch gut gesehen werden kann. Es gibt inzwischen auch spezielle Körpererweiterungen auf dem Markt, die zum Beispiel durch Armverlängerungen (Selfie-Stick) oder Körpergurte erweiterte Perspektiven zulassen. Stets handelt es sich jedoch um auf den eigenen Körper bezogenen Hilfsmittel, die einen beschränkten Radius vorgeben.

Ein weiteres Merkmal der gewöhnlichen Smartphonefotografie, ist die Qualität der Kamera und des Objektivs. Aktuelle Geräte verfügen bereits über eine Pixelanzahl von bis zu 16 Megapixel, womit sich weit umfangreichere Bilder erstellen lassen als für das Hochladen bei zum Beispiel Facebook, also für eine Bildschirmdarstellung nötig ist. Die Objektive verfügen ausschließlich über einen digitalen Zoombereich, was, sobald man diesen anwendet, eine extreme Verschlechterung der Bildqualität zur Folge hat. Dies führt dazu, dass beim Fotografieren wirklich physisch der Abstand zum Motiv verändert werden muss. Das Motiv ist auch hier abhängig von körperlichen Möglichkeiten der Nutzerin oder des Nutzers. Eine weitere Funktion der meisten Smartphonekameras stellt das interne Blitzgerät dar. Es leuchtet allerdings nur einen sehr kleinen Bereich nahe der Kamera aus und führt zu hart angeblitzten, schlecht ausgeleuchteten Schnappschüssen. Die meisten Geräte verfügen außerdem über eine sogenannte Frontkamera. Hierbei lässt sich ein Selfie aufnehmen und gleichzeitig das Motiv auf dem Display überprüfen. Die Pixelqualität der Frontkamera ist meist um einiges schlechter (zum Beispiel bis zu 8 Megapixel), weshalb auch viele Selfies, die mit der Frontkamera aufgenommen wurden, in ihrer Bildqualität schlechter sind als das, was das Handy eigentlich mit der normalen Kamera leisten könnte.

Jeder Smartphone-Nutzer kennt außerdem jene Handy-Programme, die zu Beginn dieser Arbeit bereits genannt wurden, die sogenannten „Apps“. Diese können die Aufnahmen derart verändern, dass die fertigen Fotos aussehen, als seien sie zum Beispiel aus einem 70er-Jahre-Fotoalbum gerutscht. Das Programm „Old PhotoPro“ simuliert sogar eine „Cyanotypie“, eines der gebräuchlichsten Verfahren der Frühgeschichte der Fotografie am Ende des 19. Jahrhunderts. Selbst Experten können am Computer kaum einen Unterschied ausmachen (vgl. Kothenschulte, D. 2012).

1931 diagnostizierte der Philosoph Walter Benjamin in seinem Aufsatz „Eine kleine Geschichte der Fotografie“ einen Verlust der Aura in Film und Fotografie (vgl. Benjamin, W. 1931): In den klaren, dokumentarischen Paris-Aufnahmen von Eugène Atget konnte er jene Ausstrahlung nicht mehr ausmachen, die der frühen Fotografie oft schon aufgrund der technischen Mittel eingeschrieben war: „jenes „sonderbare Gespinst aus Raum und Zeit: einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag“ (zit. Benjamin, W. 1935, S. 358) wie Benjamin schreibt.

Mit der Handyfotografie und den sogenannten „Apps“ heutiger Smartphones scheint es gewissermaßen eine Rückholung der benjaminschen „Aura auf Knopfdruck“ zu geben (vgl. Kothenschulte, D. 2012). Dieses allerdings so, wie es die Programmierung der kleinen Handyprogramme (Apps) und also der Apparat vorgeben.

Der Medienphilosoph Vilém Flusser definiert technische Bilder als von Apparaten hergestellte Bilder und grenzt sie so von „traditionellen“ Bildern ab. Dem Begriff des Apparats widmet Flusser eigenständige theoretische Überlegungen, die im Folgenden kurz erläutert werden sollen.

Innerhalb Flussers Medienphilosophie ist die Analyse des Apparats die Basis seiner Analyse der Fotografie. Seine Analyse der Fotografie ist die Basis seiner Analyse der Medien. Und Flussers Analyse der Medien (der Kommunikation) ist die Basis seiner Analyse der Kultur (vgl. Müller-Pohle, A. 2002).

Zunächst grenzt Flusser seinen Apparat-Begriff vom Begriff des Werkzeugs und der Maschine ab. Werkzeuge funktionieren demnach als Verlängerungen des Körpers, also zum Beispiel der Pinsel des Malers als verlängerter Finger. Werkzeuge bewegen sich dabei in Funktion des Menschen, was der vorindustriellen Situation, der des Handwerkers, entspricht. Maschinen funktionieren zwar auch als Verlängerungen des Körpers, aber bei ihnen hat sich das Verhältnis zwischen Mensch und Werkzeug umgekehrt. Maschinen funktionieren nicht mehr in Funktion des Menschen, sondern der Mensch wirkt in Funktion der Maschine. Das entspricht der industriellen Situation,

der des Arbeiters. Apparate wiederum funktionieren als Simulation des Körpers und der Sinnesorgane, bei ihnen ist das Verhältnis zwischen Mensch und Apparat verschlungen. Apparate funktionieren einerseits in Funktion des Menschen, während zugleich der Mensch in Funktion des Apparats funktioniert. Das ist die nachindustrielle Situation, die des Funktionärs.

Traditionelle Werkzeuge sind aus empirischen Erkenntnissen abgeleitet, Maschinen und Apparate beruhen auf angewandter Wissenschaft (Technik). Sie sind aus wissenschaftlichen Theorien hervorgegangen, wie zum Beispiel Chemie, Optik oder Mathematik, und sind dadurch in ihrer Funktion für den Menschen undurchsichtig geworden.

Flusser hat seine Theorie des Apparats ausgehend von der Fotografie (dem Fotoapparat) entwickelt, da die Fotografie das erste von Apparaten erzeugte, verteilte und mittels Apparaten empfangene Bild ist. Was an den „harten Apparaten“ (zum Beispiel Kameras, Computern, Robotern) beobachtet werden kann, lässt sich nach Flusser auch auf die „weichen Apparate“ übertragen (zum Beispiel Verwaltungs-, Partei-, Medienapparate). Für harte wie weiche Apparate gilt, dass sie dazu tendieren, automatisch zu funktionieren, um den Menschen von bestimmten Tätigkeiten und Arbeiten zu befreien. Diese Automation führt letztendlich zu Autonomie, zur Verselbständigung und Loslösung der Apparatfunktion von menschlicher Kontrolle. Die Apparatfunktion selbst ist wiederum durch das dem Apparat zugrunde liegende Programm festgelegt (vgl. Flusser, V. 1989, S. 20-30).

Flusser unterscheidet nun zwei Arten von Fotografen: Den Knipser und den tatsächlichen Fotografen. Der Knipser ist, Flusser zufolge, derjenige, der die Kamera ausschließlich im Sinne ihrer Programmierung verwendet. Die in der Kamera programmierten Sichtkategorien werden die seinen. Im übertragenen Sinn lässt sich hier von Massenkultur sprechen: Programmierte, überall auf der Welt identische Weltanschauung.

In der Unmittelbarkeit des Schnappschusses mit der Handykamera sind technisches und handwerkliches Know-how oder ästhetische Überlegungen oftmals zweitrangig, wenn nicht sogar kontraproduktiv. Folgt man Flussers Theorie in Bezug zum gängigen Gebrauch der Handyfotografie, so sind die ästhetischen Bildergebnisse vornehmlich durch den Apparat und seine Programmierweise bestimmt und entsprechen folglich, nur alleine schon durch das Gerät an sich, einem Massengeschmack.

Visuelle Stereotype werden folglich bereits durch die Programmierung der Smartphones festgelegt.

Der wahre (künstlerische) Fotograf hingegen, wie Flusser ihn definiert, versucht Neues und Ungesehenes aus dem Apparat herauszuholen. Er versucht, den Apparat und dessen Programm zu überlisten, also gegen den Apparat zu spielen (vgl. Flusser, V. 1999).

Es stellt sich hierbei sicherlich die Frage, ob nicht jeder Verstoß gegen den Apparat bereits in diesem angelegt ist? Nach Flusser ist nun derjenige der wahre (künstlerische) Fotograf, der nicht unbedingt gegen den Apparat, aber gegen seine Automatik arbeitet. Fotografen im Sinne Flussers sind diejenigen, die unwahrscheinliche Bilder machen und sich der absoluten Automatik des Apparats entgegenstellen (vgl. Flusser, V. 1999).

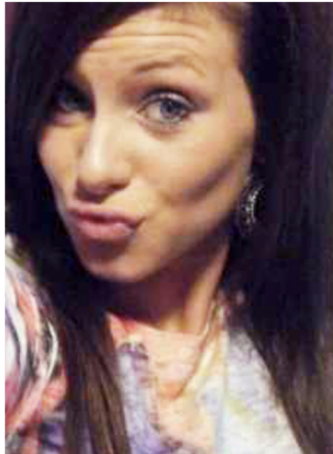
Ein solcher Gebrauch der Handykamera wiederum widerspricht letztlich ihrer sozialen Funktion, auf die im späteren Verlauf dieser Arbeit eingegangen wird. Ein Spielen gegen den Apparat ist im Alltag entsprechend Flussers These nicht festzustellen.

Auch an den innerhalb dieser Arbeit zusammengetragenen Archiven der Duckface Selfies und der Essensfotos lassen sich diese technischen Grundgegebenheiten erkennen. Sehr auffällig ist zum Beispiel die immer wiederkehrende Perspektive. Bei den Duckface Selfies lässt sich das so begründen, dass die meisten Aufnahmen von Rechtshändern aufgenommen werden, die Kamera wird also folglich meist rechts gehalten. Solange keiner der bereits genannten Selfiesticks verwendet wird, ist man bei der Wahl des Abstands von Kamera zu Modell auf die eigene Armlänge angewiesen, diese entspricht der durchschnittlichen menschlichen Armlänge. Der normal ausgestreckte Arm legt damit meist den gewählten Abstand von Kamera zum Selbstportrait fest. Betrachtet man die Selfie Fotos weiter, fallen auch andere Gemeinsamkeiten auf. Meist wird die Kamera nicht nur am ausgestreckten Arm gehalten, sondern die Blickperspektive ist von leicht schräg oben auf das Modell (Selbstportrait) gerichtet. Als Betrachter schaut man also von links oben schräg auf das Portrait herunter. Diese Perspektive ist allerdings weniger durch die Technik der Handykamera bedingt als durch die tradierte Darstellung von Portraitfotos, nämlich leicht über die Schulter aufgenommen von schräg oben.

Bei den Essensfotos ist es meist eine Perspektive von Kopfhöhe herunter auf den Essensteller. Diese Perspektive suggeriert, dass man bei der Aufnahme am Tisch

gesessen haben muss und von oben auf den Teller schaut. Der Abstand vom Kopf zum Tisch bestimmt in diesen Fällen meist den Abstand von der Kamera zum Objekt. Über die durch den Apparat bestimmten Ähnlichkeiten hinaus sollen nun im Folgenden exemplarisch drei Selfie-Fotos aus den genannten Archiven genauer auf ihre Bildsprache hinsichtlich visueller Stereotypenbildung untersucht werden.

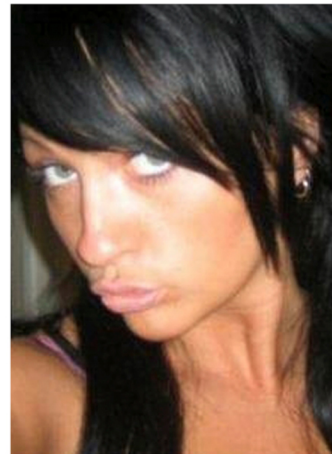
Drei exemplarische Selfies aus dem Duckface Archiv:



DF Qu. Abb. 63



DF Qu. Abb. 60



DF Qu. Abb. 83

Bei der Auswahl an Selfie-Fotos handelt es sich ausschließlich um Selbstportraits junger Frauen. Sie führen alle ein und dieselbe Geste aus, das Duckface, was sie zur Aufnahme in das Archiv qualifiziert. Auf der Suche nach einer markanten Geste zur Selbstdarstellung wurde für diese Art der Kategorisierung entschieden, es geht dabei weniger um eine Genderfrage, die diskutiert werden soll, sondern um die deutliche Haltung. Durch den bereits erwähnten technischen Gebrauch der Handykamera hat man es meist mit einer ähnlichen Kamerahaltung und ähnlichem Kameraabstand zum Portrait zu tun. Jetzt kommt es auf das Portrait an sich an.

Die drei exemplarischen „Selfies“ zeigen eine wiederkehrende Geste, das genannte „Duckface“. Der Kopf ist stets leicht schräg gehalten und gesenkt. Die Augen weit geöffnet und der Blick nach oben in die Kamera gerichtet. Der Mund ist zu einem übertriebenen Kussmund nach außen gestülpt. Die Lippen wirken besonders wuchtig. Dies sind Symbole, ja, man kann von Zeichen sprechen, die hier übertrieben verwendet werden, aber auf diverse tradierte, westlich geprägte weibliche Schönheitsideale zurückzuführen sind. Dazu gehört zum einen das sogenannte Kindchenschema mit Merkmalen wie einem großen Kopf, einer gewölbten Stirn, großen und runden Augen, einer kleinen Nase, runden Wangen, sowie einem zierlichen Unterkiefer und einem kleinen Kinn. Die Kennzeichen des Kindchenschemas üben eine wich-

tige biologische Funktion beim Aufziehen des Nachwuchses aus, denn sie wecken bei Elterntieren den Beschützerinstinkt, das Brutpflegeverhalten und verhindern bei anderen erwachsenen Tieren Aggressionen gegenüber dem Nachwuchs. Auch auf den Menschen üben diese Signale eine verstärkte Wirkung aus, und das sogar über die eigene Art hinaus. Denn in den meisten Fällen werden nicht nur menschliche Babys als niedlich und süß empfunden, sondern ebenfalls Tierbabys (Kätzchen, Hundewelpen, Eisbärbabys usw.). Alle hier gezeigten Selfies spielen mit diesen Merkmalen, sie unterstützen die verniedlichende Wirkung sogar noch, indem die Portraits immer von oben herab dargestellt werden. Man blickt also auf die Portraitierten herunter, diese schauen nach oben. Dieser Aufnahmewinkel hat in der Fotografie immer eine verkleinernde, verniedlichende Wirkung.

Als Prototyp einer "Kindfrau" gilt Brigitte Bardot. Abgesehen davon, dass kindliche Gesichtsmarkmalen bei Frauen ein Merkmal des sexuellen Dimorphismus' (also typisch weiblich) sind, gibt es noch einen anderen Erklärungsversuch dafür, warum kindlich aussehende Frauen attraktiver seien: In der Evolutionsbiologie wird argumentiert, dass es in der Entwicklungsgeschichte des Menschen für Männer ein Vorteil war, junge Frauen als Fortpflanzungspartnerinnen zu bevorzugen, da sie eher gesund seien und noch eine lange Periode der Fruchtbarkeit vor sich hätten. Auf diese Weise könnten sie ihm vermehrt Kinder gebären, so dass er folglich seine Gene an besonders viele Nachkommen vererben könne.

Dies ist allerdings keine unumstrittene These. Denn es kommt hinzu, dass Kennzeichen von Reife ein Frauengesicht auch attraktiv machen können. Hierzu gehören vor allem hohe ausgeprägte Wangenknochen und konkave Wangen (also das Gegenteil von den kindlichen, runden Wangen). Die biologische Begründung lautet, dass diese Reifekennzeichen dem Mann signalisieren, dass eine Frau kein Kind mehr ist, sondern geschlechtsreif und damit gebärfähig (vgl. Gründl, M. abg. Juli 2016).

Die hier als „Duckface“, also als Schmolllmund hinzu kommende Geste unterstreicht im Verhältnis zum Kindchenschema die sexuelle Attraktivität der Portraitierten. Mit dem besonders hervorstechenden Mund wird das Schönheitsideal voller weiblicher Lippen gespiegelt. In einer Studie internationaler Forscher um Urszula Marcinkowska von der finnischen Universität Turku heißt es, dass Männer aus allen Nationen (in der Studie wurden 28 verschiedenen Länder ausgewertet) im Durchschnitt jeweils die weiblicheren Gesichter bevorzugen. „Frauen haben im Durchschnitt größere Au-

gen als Männer, ihr Kiefer ist schmaler, der Kieferwinkel ist nicht betont, die Lippen sind voller und die Augenbrauenwulst ist weniger ausgeprägt“, erklärt Marcinkowska (zit. Marcinkowska, U. 2014).

Es scheint also offensichtlich, dass die Modelle der hier abgebildeten „Selfies“ den Versuch unternehmen, besonders attraktiv im Sinne westlich geprägter Ideale zu sein. Dies ungeachtet, ob es mit ihrer Übertreibung auch tatsächlich gelingt.

Im Sinne der zu Beginn dieser Arbeit erläuterten Theorien zur Semiotik nach Saussure und Barthes wird das „Duckface“ von den abgebildeten Modellen als Zeichen zur Selbstdarstellung genutzt. Es unterteilt sich in Signifikant, also die Geste, die abgebildet wird, nämlich das, was das „Selfie-Foto“ zeigt, und das Signifikat, also das, was es bedeutet und man sich darunter vorstellt (vgl. Chandler, D. 2007, S. 15ff.). Sehr deutlich wird an dieser Stelle, dass die Bedeutung eines Zeichens erst durch dessen Abgrenzung und den Vergleich zu anderen Zeichen möglich wird. Erst durch die besondere Übertreibung der Geste des „Duckfaces“ unterscheidet sich dieses von anderen Selbstportraits im Internet und wird als bedeutend wahrgenommen (vgl. Chandler, D. 2007, S. 21). Dies kann auch der Grund sein, warum die dargestellten Personen eine solch extreme Geste verwenden. Es scheint der unbedingte Wille vorhanden zu sein, sich von anderen abzugrenzen, bzw., sich einer bestimmten Bedeutung zuzuordnen.

Wichtig ist natürlich, dass die Rezipienten sich auf kulturelle Gemeinsamkeiten einigen können und diese Gemeinsamkeiten wiederum auch anwenden sollten, um dem „Duckface“ als Zeichen Bedeutung zukommen zu lassen. Wie bereits erläutert, legt erst der kulturelle Code das Verhältnis von Signifikant zu Signifikat fest. Durch eine kulturelle Codierung erlangt der Signifikant eine Bedeutung (vgl. Chandler, D. 2007, S. 28). Innerhalb der kulturellen Gruppe derjenigen, die die hier beispielhaft verwendeten „Duckface-Selfies“ anfertigen und verbreiten, scheint der Code vorzuherrschen, jene Geste der Selbstdarstellung als positiv und besonders attraktiv zu werten. Die Portraitierten ordnen sich einer jungen, Internet affinen, attraktiven Gruppierung zu. Rezipienten mit einem anderen kulturellen Hintergrund, bzw. anderen Wertmaßstäben nehmen jene Geste sicherlich sehr different wahr. So kann das „Duckface-Selfie“ auch als unattraktiv, primitiv oder als Abwertung der Dargestellten interpretiert werden.

Dies entspricht auch den Ausführungen von Barthes, der, wie bereits erläutert, darauf hinweist, dass ein und dasselbe Bild von mehreren Betrachtern völlig verschie-

den wahrgenommen und interpretiert werden kann, also verschiedene Lesarten möglich sind (vgl. Barthes, R. 1964, S. 89 ff). Bei dem hier vorgestellten Beispiel, den „Duckface-Portraits“, ist es von besonderem Interesse, dass die Bildhersteller oft auch gleichzeitig die Rezipienten sind. Die Portraits werden für eine Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken produziert, sie werden zumeist von Rezipienten eines ähnlichen kulturellen Hintergrunds betrachtet (eben jenen, die sich im gleichen sozialen Netz bewegen) und dienen den Bildherstellern häufig sogar auch zur Selbstreflexion. Das von Barthes als Schwierigkeit beschriebene Auffinden eines geeigneten Signifikats innerhalb der Konnotation (vgl. Barthes, R. 1964, S. 89 ff) dürfte hierbei nicht gegeben sein. Die häufigsten Signifikanten einer Konnotation sollten sich schnell finden und die Signifikate entsprechend vereinheitlichen lassen. Hieraus entsteht eine einheitliche Bildrhetorik, eine gemeinsame Bildsprache (also eine Verbindung aus Konnotat und Signifikat) (vgl. Barthes, R. 1964, S. 89 ff). Diese ist selbstverständlich ideologisch geprägt, da sie sich aus der Gebrauchsweise von Handyfotografie und sozialen Netzwerken speist und von dessen Nutzern verwendet wird.

Dass sich durch die immer stärkere Verbreitung von „Selfies“ eine einheitliche Bildrhetorik herauskristallisieren kann, hat auch den Kunsthistoriker Wolfgang Ullrich beschäftigt. In einem Katalogbeitrag zu der Doppelausstellung „Ego Update“ im NRW Forum Düsseldorf und „Ich bin hier! Von Rembrandt zum Selfie“ in Karlsruhe (beide Ausstellungen Anfang 2016), widmet er sich innerhalb seines Textes „Selfies als Weltsprache“ (vgl. Ullrich, W. 2015, S. 32-41) der These, dass das zeitgenössische Selfie mit den Symbolen von Emoticons vergleichbar sei.

Ullrich beschreibt das Selfie als eines der wichtigsten zeitgenössischen visuellen Kommunikationsmittel einer Kultur, die durch Partizipation und Vernetzung geprägt ist, was durch den Gebrauch von Smartphones und den damit verbundenen Aufschwung von Social-Media-Plattformen begründet wird (vgl. Ullrich, W. 2015, S. 33).

Als direktes Anwendungsbeispiel für die Ähnlichkeit von Selfies und Emoticons nennt Ullrich die im Jahr 2014 entwickelte App „Imoji“ (vgl. Ullrich, W. 2015, S. 34). Hierbei wird ein zuvor aufgenommenes Selfie in die App geladen und dort durch deren Software in ein Emoticon umgewandelt. In der Folge kann dieses generierte Bild durch einen Anbieter wie zum Beispiel WhatsApp oder Facebook zur weiteren Kommunikation genutzt werden. Auch eine Umwandlung vom Emoticon zum Selfie ist möglich, indem zum Beispiel ein zu der entsprechenden Geste passendes Emoticon in ein Selfie eingebaut wird. Die Transferleistung bezieht sich auf die gleichen Symbole wie

bei der zuvor genannten Variante. Noch deutlicher als in der reinen Umwandlung vom Selfie zum Emoticon wird durch deren Umkehrung allerdings ein weiterer Punkt innerhalb Ullrichs Text, den er hier anspricht, nämlich, dass Selfie-Posen zu einer Normierung der Bildsprache beitragen.

Wiederkehrende Gesten, Haltungen des Kopfes oder Grimassen, wie zum Beispiel das in dieser Arbeit beschriebene „Duckface“, lassen nach Ullrich, Normen entstehen, die sich auch über den Prozess der Bildaufnahme des Selfies hinaus etablieren. Als Beispiel führt Ullrich eine Werbung an, die den Amerikanischen Präsidenten Obama zeigt. Dieser stellt mit Hilfe eines Spiegels verschiedene Selfie-Posen nach. Scheinbar hat das Aufnehmen von Selfies, wie Ullrich schreibt, bereits seine komplette Körpersprache beeinflusst (vgl. Ullrich, W. 2015, S. 38), so übt Obama Haltungen im Stile von Selfieaufnahmen bzw. von Emoticons.

Nach Ullrich zeigt dieses Beispiel auch, welche stilbildende Macht Selfies haben, nämlich, dass sich derartige Posen in nur wenigen Jahren dermaßen stark etablieren konnten. Der Einfluss, den sie ausüben, sei auch deshalb so groß, da es sich hierbei um eine weltweite Entwicklung handelt. Ullrich spricht Emoticons und Selfies die Funktion zu, sich als eine einheitliche Weltsprache zu entwickeln, über die die Gemütszustände aber auch konkrete Situationen für alle Menschen gleichermaßen zu verstehen sind. Kleine kulturelle Unterschiede werden sich demnach mit der Zeit ausgleichen und sich zu einer einheitlichen Bildrhetorik vermischen, wodurch erstmals eine allgemein gültige Kommunikationsform möglich sei (vgl. Ullrich, W. 2015, S. 38). Zum jetzigen Zeitpunkt handelt es sich dabei selbstverständlich noch um eine sehr vereinfachte Ausdrucksform mit nur wenigen allgemeingültigen Gesten. Dies kann aber vielleicht in der Zukunft ausgebaut und zu einer umfangreicheren Grundlage für eine globale Kommunikation werden.

Auf der einen Seite entspricht dies dem alten Wunsch nach einer gemeinsamen Sprache aller Menschen, zum anderen führt es natürlich zu einer Normierung von Ausdruck und Haltung, also zu Stereotypenbildung. Vor allem extreme Gesten, wie zum Beispiel das in dieser Arbeit als Beispiel gewählte „Duckface“, setzen sich durch, da sie den besten Wiedererkennungswert haben und bestimmte Gefühle und Situationen vereinheitlicht wiedergeben können (vgl. Ullrich, W. 2015, S. 38).

Inwieweit diese Absolutierung Ullrichs hin zu „einer Weltsprache“ tatsächlich haltbar ist, müsste sicherlich an anderer Stelle nochmals diskutiert werden. Verschiedene empirische Untersuchungen weisen darauf hin, dass zumindest aktuell noch national

typische Muster und also Unterschiede in den Gesten der in verschiedenen Ländern fotografierten Selfies auszumachen sind (vgl. Manovichs, L. abg. Juli 2016). Was nicht heißen muss, dass sich diese Unterschiede mit der Zeit ausgleichen könnten und sich immer eindeutiger Stereotype wie das hier beschriebene „Duckface“ etablieren.

7.2. Soziale Stereotype durch die Handyfotografie

Neben den beschriebenen visuellen Stereotypen gehen mit diesen auch immer soziale Stereotype einher, die sich innerhalb der Internet basierten Handyfotografie wiederfinden lassen. So ist es zunächst in der am Anfang dieser Arbeit formulierten These festgehalten. Im folgenden Abschnitt soll dieser Aspekt der sozialen Stereotypenbildung nun näher beleuchtet werden.

Das Wegbrechen tradierter sozialer Milieus wird immer häufiger ersetzt durch einen Identität stiftenden Lifestyle. Soziale Netzwerke dienen hierbei ganz besonders der Gestaltung und Zurschaustellung der persönlichen Identität. Fotografien des jeweiligen Alltags sind dabei sehr niederschwellige Massenware, weshalb ohne besondere Kreativität oder Technik Fotos von den eigenen Kindern und der Familie, von Hunden und Katzen, aus dem Urlaub, vom Essen und eben auch Selfies verwendet werden.

Neben den bereits ausführlich beschriebenen Duckface-Fotos landen täglich mehrere tausend Essensfotos in den sozialen Onlinenetzwerken. Unter dem sogenannten Hashtag⁶ #foodporn finden sich zum Beispiel bei dem Anbieter Instagram mehr als 35 Millionen Bilder, der Hashtag #food liefert gar mehr als 128 Millionen Bilderergebnisse (vgl. Stollenwerk, T. 2014). Der Begriff „Foodporn“ hat dabei nichts mit Pornografie im üblichen Sinne zu tun. Bilder mit dem Hashtag #foodporn basieren immer

⁶ Der Begriff Hashtag (engl. ‚hash‘ bedeutet ‚Raute‘ und engl. ‚tag‘ bedeutet ‚Markierung‘) wurde vor allen Dingen durch das soziale Onlinenetzwerk „Twitter“ geprägt. Wenn innerhalb eines textlichen Twitterpostings ein einzelner Begriff der maximal 140 Zeichen umfassenden Nachricht herausgehoben werden soll, wird vor diesen ein Rautenzeichen „#“ gesetzt. Dieser so ergänzte Begriff gilt daraufhin als getaggt und kann als Hashtag bezeichnet werden. Eine Schlüsselwortsuche bei Twitter führt dank des Taggens direkt zu diesem Begriff, welcher entsprechend hohe Aufmerksamkeit erfährt (vgl. Wolpers, S. ‚Hashtag‘, abg. Sept. 2016).

auf Fotografien von Essen, und dies meist, bevor die Mahlzeit verzehrt wird. Die Nutzer, die diese Fotos bei Facebook, Twitter oder Instagram hochladen, fügen ihnen den genannten Hashtag #foodporn an. Mit Hashtags lassen sich die diversen geposteten Inhalte nach bestimmten Begriffen ordnen, sie werden sozusagen im Netz sortiert und lassen sich später unter Angabe eben zum Beispiel jenes Hashtags #foodporn von anderen Nutzern besser wiederfinden.

Dass sich gesellschaftliche Milieus auch durch ihre Ernährung voneinander abgrenzen, ist weder neu noch ein Geheimnis. Ein online hoch geladenes Foto vom Pinienkern-Gnocchi in pinker Sauce zeugt von Individualität, Internationalität, einem bewussten Lebensstil und lässt eine vegetarische Ernährung vermuten. Das gepostete Bild vom doppelten BigMac gibt einen Hinweis auf den Wunsch nach Genuss, Freude am Leben und Popkultur. Diese Deutungen sozialer Stereotype setzen selbstverständlich genau wie bei den zuvor beschriebenen visuellen Stereotypen voraus, dass die Rezipienten sich auf kulturelle Gemeinsamkeiten einigen können müssen und diese Gemeinsamkeiten wiederum auch anwenden sollten, um den „Essensfotos“ als sozialem Zeichen Bedeutung zukommen zu lassen. Wie ebenfalls bereits erläutert, legt erst der kulturelle Code das Verhältnis von Signifikant zu Signifikat fest. Durch eine kulturelle Codierung erlangt der Signifikant eine Bedeutung, in diesem Fall eine soziale (vgl. Barthes, R. 1964, S. 89 ff).

Wenn das monatliche Haushaltsgeld gleich zu Beginn im Biosupermarkt verbraucht wird, muss am Ende des Monats eventuell doch der Discounter besucht werden. Das, was davon online im privaten aber auch öffentlichen sozialen Umfeld präsentiert wird, ist sicherlich eher eine Situation aus dem Biosupermarkt. Wird für Freunde gekocht, macht man sich zuvor Gedanken, was serviert werden könnte. Werden ausgefallene Produkte verwendet oder soll es doch das Lieblingsgericht aus der Kindheit sein - was wirklich gerne gegessen wird, gehört zur individuellen Persönlichkeit und stiftet Identität. Alle Bilder, die man davon veröffentlicht, sind Inszenierungen der eigenen Person bzw. des sozialen Status, den man ausfüllt oder ausfüllen möchte.

Inwiefern sich eine bestimmte Ordnungssystematik innerhalb der Nahrungsaufnahme der Menschen bei genauerer Betrachtung herausstellt, zeigt auch das sogenannte „Strukturalistische Modell“ des Ethnologen Claude Lévi-Strauss auf.

Lévi-Strauss entwirft hier ein kulinarisches Dreieck, innerhalb dessen der Mensch im Gegensatz zum Tier bei der Aufnahme von Nahrung von kulturellen Attributen der Gesellschaft abhängig ist (vgl. Laech, E. 1991, S. 23-39). Grundsätzlich ist es das Bestreben des Strukturalismus, unbewusste Strukturen der Gliederung und Ordnung ausfindig zu machen und diese zu benennen.

Der bereits zuvor in dieser Arbeit ausführlich besprochene Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure ist einer der ersten Theoretiker, die sich dem Strukturalismus zuordnen lassen und gilt als dessen Begründer. Bezogen auf die Sprache begreift de Saussure diese als ein Konstrukt aus Zeichen, folglich, wie beschrieben, ein Geflecht arbiträrer Zusammenhänge von Signifikat und Signifikant (vgl. Chandler, D. 2007, S. 22). Die Bedeutung von etwas wird demnach ausschließlich durch Zeichen hergestellt, sie bildet sich nicht durch einen Vergleich mit Objekten, Dingen oder Assoziationen, sondern ausschließlich durch die Differenzierung von einem Zeichen zu einem weiteren innerhalb des Geflechts (vgl. Chandler, D. 2007, S. 21).

Claude Lévi-Strauss entwickelte ab 1945 die damalige Völkerkunde weiter, indem er die Idee der Struktur innerhalb der Linguistik auf gesellschaftliche Bereiche anwendete. Demnach ist alles das, was Menschen verbindet, durch Symbole und Zeichen verknüpft. Die wissenschaftlichen Ideen zur strukturalistischen Semiotik de Saussures gelten Lévi-Strauss folglich als theoretische Basis seiner Forschungen innerhalb der Sozial- und Kulturwissenschaften. Hier entwickelt er Kategorien, Ordnungen und Systeme, die die Grundlage für bestimmte Handlungen einer Gesellschaft sind, versucht diese Handlungen ausfindig zu machen und zu benennen. Er möchte dabei weniger auf kulturelle Differenzen hinweisen als vielmehr auf eine systematische Wiedergabe des Verbindenden einer Gemeinschaft, also Basiswerte eines kulturellen Systems wiedergeben (vgl. Laech, E. 1991, S. 23-39).

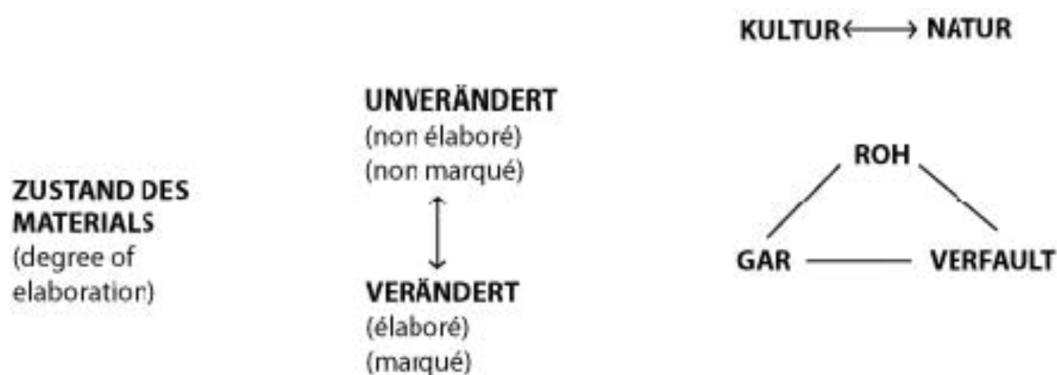
Der Strukturalismus, bezogen auf ein kulinarisches Modell, zeigt auf, welche starke Verbindung zwischen der Art, wie Speisen zubereitet werden, und der jeweiligen Gesellschaftsform an sich besteht - ähnlich wie bei der Sprache.

In dem bereits genannten und von Claude Lévi-Strauss entwickelten „kulinarischen Dreieck“ erarbeitet dieser ein System der kulinarischen Zeichen, was wie eine Sprache funktioniert.

Im Folgenden soll zunächst die Grundform des Kulinarischen Dreiecks kurz näher beschrieben und erläutert werden.

In ihrer Primärform zeigt das kulinarische Dreieck gegensätzliche Paare auf wie die differierenden Kategorisierungen Natur und Kultur, womit auch veränderte und unveränderte Nahrung gemeint ist. Es legt damit einen grundsätzlichen Spielraum fest, in dem sich jegliche Nahrungsverwertung bewegt. In diesem Rahmen gehen drei differierende Arten von Nahrung eine Verbindung ein, nämlich die fertig zubereitete, also gare Nahrung, die der verfaulten Nahrung, weil nicht kulturell zubereitet, also im Prozess verdorbenen Nahrung, gegenüber steht. Zwischen diesen beiden Nahrungsarten steht das rohe Lebensmittel. Claude Lévi-Strauss definiert hier nicht näher, warum das rohe Nahrungsmittel in der Mitte von Natur und Kultur dargestellt wird. Es lässt sich jedoch vermuten, dass moderne Lebensmittel bereits natürliche und auch künstliche Anteile in sich tragen (vgl. Laech, E. 1991, S. 33).

Das kulinarische Dreieck (Primärform):



(Abb. vgl. Laech, E. 1991, S. 33)

Ein zweites ergänzendes kulinarisches Dreieck von Claude Lévi-Strauss vertieft das zuvor beschriebene Schema und zeigt unterschiedliche Verbindungen auf, wie sie sich in der Folge der jeweiligen Rahmenbedingungen, nämlich aus der gewählten Zubereitungsart und dem entsprechenden sozialen Anlass heraus, ergeben. Lévi-Strauss weist hier je einer bestimmten Zubereitungsform eine positive oder entsprechend auch eine negative Bedeutung zu.

Dieses ergänzende kulinarische Dreieck soll an dieser Stelle jedoch nicht weiter erläutert werden. Es dient hier vor allem dem Hinweis darauf, dass Nahrung dazu verwendet werden kann, soziale Stellungen innerhalb der Gesellschaft wiederzugeben. Grundsätzlich lässt sich also eine durch Symbole strukturierte Normierung der Gesellschaft auch im Verhältnis von Nahrung und Kultur erkennen. In welcher Weise die

Nahrung zu sich genommen wird, hängt bei jedem Einzelnen von in der Gesellschaft vorhandenen Konventionen ab.

Es ist an dieser Stelle anzumerken, dass der Mensch innerhalb seiner Essenszubereitung den bereits genannten Rahmen, also den Bezug von Natur zu Kultur, eigens herstellt. Dies stellt eine selbstverständliche und alltägliche Methode dar, Natur in Kultur zu verwandeln. Sich zu ernähren ist nach dieser Theorie von Claude Lévi-Strauss kein natürlicher Prozess mehr, es wird stattdessen zu einem Beziehungsgefüge aus Symbolen, vom Menschen konstruiert.

Der wie zu Beginn dieser Arbeit bereits genannte Soziologe Stuart Hall thematisiert im Besonderen die Frage, in wie weit spezifische Bilddarstellungen zur Herstellung kultureller Bedeutung beitragen und zusätzlich an der Schaffung von Stereotypen beteiligt sind (vgl. Hall, S. 1997/ 1997a). Mit einem Schwerpunkt darauf gerichtet, wie sich kulturelle Bedeutungen herstellen lassen, bezieht sich auch Hall, ebenso wie Lévi-Strauss, in seinen Überlegungen vor allen Dingen auf die Zeichentheorie von Ferdinand de Saussure und entwickelt diese weiter.

In Bezug zu den immer wieder fotografierten Essensfotos in sozialen Onlinenetzwerken lassen sich Halls Theorien nach Saussures Erkenntnissen insofern übertragen, dass Bedeutung erst dadurch generiert werden kann, indem ein Essensfoto von einem anderen differenziert wird (vgl. Hall, S. 1997a, 30f.). Indem sich zum Beispiel die Aufnahme von einem Gourmet Essen deutlich von der Abbildung einer Portion Pommes mit Ketchup abhebt, lassen erst beide unterschiedliche Nahrungsaufnahmen jeweilige differierende Bedeutungen zu, die für sich allein genommen noch nicht entsprechend aufgeladen gewesen wären. Wie zu Beginn dieser Arbeit bereits erläutert, ist nach Hall genau das der Punkt, der einer Gruppe mit ihren jeweiligen Statussymbolen bzw. den einzelnen Mitgliedern einer Gruppe zu einer eigenen Identität verhilft. Durch eine gemeinsame Bedeutungsgenerierung innerhalb einer Gruppierung, durch zum Beispiel die verschiedenartigen Abbildungen von Essen und der Differenzierung zu einer anderen Gruppierung, entwickelt sich erst ein Gefühl von Identität. Eine Identitätsbildung findet nach Hall also vor allem durch eine Abgrenzung vom Eigenen zum Fremden statt (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Hall‘). Inwieweit diese kulturellen Repräsentationen durch Stereotypen geprägt werden, erläutert Hall, wie bereits beschrieben, am Beispiel von „Weissen“ und „Schwarzen“ (vgl. Hall, S. 1997, S. 237). Bezieht man diese Ideen auf die unterschiedlichen Darstellungen von Essen und ihrer jeweiligen Repräsentationsfunktion, ergäbe sich folgendes Bild: Die „domi-

nanten Ideologien unserer Zeit“ (zit. Chandler, D. 2007, S. 144) legen fest, welches Essen wie zubereitet wird, für welche bestimmten Werte, Lebensweisen, etc. es steht. Das zum Beispiel ein Gourmet Essen mehr angesehen, also im übertragenen Sinn „mächtiger“ ist als die Currywurst, wird im gegebenen gesellschaftlichen Diskurs nicht hinterfragt, sondern diese Machtstruktur durch Erhaltung und Fortführung des Diskurses nur weiter stabilisiert. Dies geschieht vor allen Dingen durch die Konstruktion sich gegenüberstehender Oppositionen, die durch das differierende Machtgefüge entsteht. Erst durch die Abgrenzung von verschiedenen Essensarten voneinander, wie zum Beispiel „Burger & Pommes“ im Kontrast zu „Lamm mit Safranpüree und Paprikaröllchen“ oder „Schweinshaxe mit Sauerkraut“ im Gegensatz zum „Vegetarischen Gemüseauflauf“, können die jeweiligen Esser über ihre Lieblingsgerichte eine eigene Identität aufbauen. Erst die deutliche Abgrenzung von anderen Essgewohnheiten stiftet für die eigene Identität Sinn. Durch diese oppositionellen Essenspositionen und ihre Darstellungen in sozialen Netzwerken werden zwangsläufig verkürzte und auf das Wesentliche reduzierte Repräsentationen des jeweiligen Essens und der damit einhergehenden Essensideologie entwickelt. Diese sehr reduzierte Sicht auf „das Eigene“ und „das Fremde“ ist nach Hall und wie bereits beschrieben dabei aber bei weitem kein realitätsnahes Abbild, sondern beschränkt dessen Komplexität auf bestimmte Attribute und stellt diese als feststehend dar (vgl. Hall, S. 1997, S. 257). So kann davon ausgegangen werden, dass offensichtliche Unterschiede der Art des abgebildeten Essens als symbolische Grenzen zwischen Eigenem und Fremden und sich daraus entwickelnde Stereotype besonders immer dann Verwendung finden, wenn differierende Gruppen sich voneinander abgrenzen und die jeweilige Partei sich als etwas Besseres als die andere darstellen möchte. Hall bezieht dies vor allem auf ein unterschiedliches Machtpotential verschiedener Parteien (vgl. Hall, S. 1997, S. 257-258). Ob dies uneingeschränkt bei der Herstellung der Essensfotos gegeben ist, lässt sich aus den gesammelten Bildbeispielen nicht eindeutig herausfinden. So kann zum Beispiel jemand mit einer hohen sozialen Stellung durchaus auch einmal ein Bild von einem einfachen Essen fotografieren und höherwertig und dieses online im sozialen Netz teilen, wenn es der aktuellen Stimmung entspricht. Es geht vielmehr um die persönliche Inszenierung eines sozialen Status, unabhängig, ob dieser auch tatsächlich ausgefüllt wird.

Wichtig ist aber vor allen Dingen der Wille der Abgrenzung von anderen, die Zuordnung zu bestimmten „Lifestyle Kategorien“ im jeweiligen Aufnahmemoment der Essensfotos und des Teilens, sowie die daraus resultierende Stereotypenbildung.

Über diese allgemeinen Theorien hinaus sollen nun im Folgenden exemplarisch drei Essensfotos aus den Fotoarchiven dieser Arbeit genauer auf ihre Bildsprache hinsichtlich sozialer Stereotypenbildung untersucht werden.

Drei exemplarische Fotos aus dem Essensfoto Archiv:



E Qu. Abb. 37/
sari_winchester



E Qu. Abb. 39/
vegan_nyc



E Qu. Abb. 1/
rafa_food

Bei der Auswahl an Essensfotos handelt es sich ausschließlich um Abbildungen, die sich innerhalb sozialer Onlinenetze unter dem Hashtag #foodporn finden ließen. Es sind also Fotos, die von den Nutzern zur Selbstdarstellung hoch geladen wurden. Es ist, im Unterschied zu den zuvor untersuchten Duckface-Portraits, nicht immer die gleiche Geste (der gleiche Gesichtsausdruck), also nicht immer das gleiche Essen, was abgebildet wird. Es sind stattdessen durchaus sehr differenzierte Mahlzeiten zu sehen. Lediglich die Kamerahaltung, der leicht schräge Aufnahmewinkel von oben, mit einem Abstand vom Objekt zur Kamera, als hätte man am Tisch beim Essen gegessen, ist von der Ästhetik her ähnlich. Das Stereotyp äußert sich hier stärker in der Tatsache, dass überhaupt immer wieder Essen aufgenommen wird und auf der sozialen Ebene gerade durch die Unterscheidung.

In der ersten Abbildung (E Qu. Abb. 37/ sari_winchester, abg. April 2016) ist ein üppiger Teller Salat mit Hähnchenstreifen zu erkennen, die zweite Abbildung (E Qu. Abb. 39/ vegan_nyc, abg. April 2016) zeigt einen sehr reduziert angerichteten Teller

mit einer an ein Steak erinnernden vegetarischen Hauptspeise. Dass es sich hier um ein vegetarisches Gericht handelt, ist hauptsächlich aus dem Kürzel des Autors oder der Autorin zu entnehmen, der oder die sich hier „vegan_nyc“ nennt. Das Stück „Ersatz-Fleisch“ sieht auf der Abbildung zunächst täuschend echt aus. Im dritten Bild ist ein sehr üppig belegter Hamburger zu erkennen (E Qu. Abb. 1/ rafa_food, abg. April 2016). Es handelt sich eindeutig um eine Luxusvariante, die eventuell sogar selbst hergestellt wurde, mit einer Extraportion Salat und geröstetem Brötchen und nicht um ein Produkt einer Fastfood-Kette.

Alle drei Essensabbildungen bedienen sich fast klassischer Symbole, die in einer westlich geprägten Kultur ähnlich codiert sind und sich wie folgt entschlüsseln lassen: Der üppige Salatteller steht zum Beispiel für ein gesundheitsbewusstes Essverhalten, allerdings mit Fleisch. Es ist ein voller Teller, es wird also gern und ausreichend gegessen, das allerdings gesund und ausgewogen. Die einzelnen Zutaten sind ästhetisch ansprechend auf dem Teller angerichtet, es handelt sich wahrscheinlich um ein Restaurantessen. Da der Teller sehr voll ist, hat man es außerdem vermutlich nicht mit einem Gourmetessen zu tun, dennoch leistet der Konsument sich eine Mahlzeit außer Haus. Vom „Lifestyle“ her zeigt diese Abbildung also: Hier gönnt sich jemand einen Restaurantbesuch mit einem Gericht, das sportlich und gesund daher kommt, gut aussieht und Spaß am Essen suggeriert. In der zweiten Abbildung steht das reduziert angerichtete Stück Fleisch-Ersatz hingegen für ein komplett anderes Essverhalten. Ein ethisch motivierter Fleischverzicht lässt mehr eine politische, ideologische Haltung vermuten als eine reine Genussentscheidung beim Essen. Allerdings deutet die reduzierte Speisenanordnung auf dem Teller wiederum ein luxuriöses Gericht im edleren Restaurant an, bei dem nur wenige und dafür um so bessere Lebensmittel serviert werden. Genuss findet hier also auf einem anderen Niveau statt. Es wird ein bewusster Verzicht auf Fleisch und an grundsätzlicher Essensmenge geübt, dies wahrscheinlich zu einem höheren Preis als der zuvor beschriebene Salatteller. Ein so fotografiertes Essen kann zum Beispiel politische, ethische Meinungen widerspiegeln, zeigt ein hohes vorhandenes Budget und Bildungsniveau, um nur einige Möglichkeiten zu nennen. Im dritten Bild hat man es hingegen mit dem absoluten Gegenteil zu beiden zuvor beschriebenen Essensfotos zu tun. Der hier abgebildete Hamburger spiegelt ein völlig anderes Lebensgefühl. Ein Hamburger an sich gilt als Fastfood-Speise schlechthin. Einfaches, schnelles, billiges und meist ungesundes Essen wird damit in Verbindung gebracht. Der im Beispiel abgebildete

Hamburger ist nun sehr üppig belegt und zeigt, dass hier besonders gern und viel „geschlemmt“ wird und das, ohne auf Figur und Gesundheit zu achten. Es ist eine Absage allen Vegetariern gegenüber und eine Bejahung hin zum Überfluss. Da der Burger selbst zubereitet scheint, ist er individueller als die Massenware, die man im Fastfood-Restaurant serviert bekommt. Der Produzent dieses Bildes möchte sich also von den immer gleichen Fastfoodketten und ihren Produkten abheben.

Wichtig ist natürlich auch an dieser Stelle, dass die Rezipienten sich auf kulturelle Gemeinsamkeiten einigen können müssen und diese Gemeinsamkeiten wiederum auch anwenden sollten, um den abgebildeten „Essensfotos“ als Zeichen Bedeutung zukommen zu lassen. Das Verhältnis von Signifikant zu Signifikat wurde ja bereits zu Anfang dieser Arbeit ausführlich erläutert.

Interessant sind nun vor allen Dingen die sozialen Stereotype, die sich auch in diesen drei Beispielbildern wiederfinden lassen.

Da sich die dargestellten Arten von verschiedenen Speisen absolut und grundlegend voneinander unterscheiden, eignen sie sich besonders gut als Beispiel für Stuart Halls Theorie, dass Bedeutung erst dadurch generiert werden kann, indem ein Essensfoto von einem anderen differenziert wird (vgl. Hall, S. 1997a, S. 30f.). Wie bereits beschrieben, kann das Foto des Salattellers (E Qu. Abb. 37/ sari_winchester, abg. April 2016) einem sportlichen „Lifestyle“ mit Spaß an gesundem und dennoch reichhaltigem Essen zugeordnet werden. Der reduzierte Teller (E Qu. Abb. 39/ vegan_nyc, abg. April 2016) deutet auf ein Luxusleben hin, mit einer ethischen Essensideologie zum Fleischverzicht. Der Burger (E Qu. Abb. 1/ rafa_food, abg. April 2016) wiederum ist Sinnbild für Fastfood schlechthin und verweist auf ein Leben mit Sinn für Genuss, auf „laissez faire“, Hedonismus, Lebensfreude, und Popkultur. Erst durch ihre deutliche Differenzierung voneinander werden jene Abbildungen mit ihren jeweiligen Bedeutungen aufgeladen, die sie, würden sie für sich allein stehen, nicht gehabt hätten. Die Produzenten dieser Bilder nutzen diese (bewusst oder unbewusst), um sich selbst einer sozialen Gruppe zuzuordnen. In diesem Sinne sind sie Identität stiftend. Bei Hall heißt dies, wie bereits beschrieben, eine Identitätsbildung durch Abgrenzung vom Eigenen zum Fremden (vgl. Nünning, A. 2008, ‚Hall‘).

Innerhalb der abgebildeten Essensfotos ist ihre teilweise stark übertriebene Darstellungsweise auffällig. Der Salatteller ist nicht einfach nur ein Salatteller, sondern er ist besonders üppig befüllt und die frischen Zutaten kommen besonders stark zur Geltung. Auch das reduzierte Fleisch-Ersatz-Gericht wirkt durch die Fotografie beson-

ders knapp angeordnet. Für die Aufnahme ist zum Beispiel der Teller mit der leeren Seite nach vorne gedreht, so dass noch einmal mehr auffällt, wie gering dieser befüllt ist. Auch die Darstellung des Burgers ist anders, als man es von einem klassischen Burger einer der bekannten Fastfoodketten erwartet. Der Belag quillt förmlich zwischen den Brötchenhälften heraus, diese lassen sich partout nicht schließen, müssen sogar noch mit einem Holzspieß befestigt werden. Das Fleisch scheint üppiger und der Salat umfangreicher, als bei einem normalen Burger zu sein. Um das Ganze noch einmal mehr zu unterstreichen, wurde das Foto so aufgenommen, dass zu der bekannten Haltung mit der Handykamera im Sitzabstand zum Tisch auch noch etwas seitlicher auf das Gericht fotografiert wurde. Dadurch sticht der überbordende Belag und die besondere Größe des Burgers noch einmal ins Auge.

Diese beschriebenen Merkmale verstärken die Bedeutungen der einzelnen Essensfotos zusätzlich, sie verknappen sie aber auch und reduzieren sie auf das wesentliche Merkmal des jeweiligen Gerichts und der damit verbundenen Symbolik. Es sind Verkürzungen, die sich innerhalb der schnellen Kommunikation, die durch jene Bilder auf sozialen Plattformen wie zum Beispiel Facebook geschieht, leicht einprägen, einen Wiedererkennungswert haben, wiederholbar sind und zu einer direkten Reproduktion von stereotypen Abbildungsweisen führen. Sie machen die Lebenshaltungen, den individuellen Status und auch die soziale Zugehörigkeit (unabhängig ob real oder inszeniert) der Bildproduzenten sehr schnell deutlich, schneller als einfacher und weniger dramatisch fotografierte Abbildungen es getan hätten. Eine sehr reduzierte Sicht auf „das Eigene“ und „das Fremde“ ist auch nach Hall, wie bereits beschrieben, kein realitätsnahes Abbild, sondern beschränkt dessen Komplexität auf bestimmte Attribute und stellt diese als feststehend dar (vgl. Hall, S. 1997, S. 257).

Zusammenfassend kann also auch anhand der hier ausgewählten drei Beispielbilder davon ausgegangen werden, dass besondere Unterschiede in der Art des fotografierten Essens als symbolische Grenzen zwischen dem Eigenen und dem Fremden und daher zu einer sozialen Zuordnung zu einer gesellschaftlichen Gruppe und zur Definition der eigenen Identität der Bildproduzenten genutzt werden. Die besondere Schnelligkeit der Onlinekommunikation zeigt sich auch in den Beispielbildern deutlich, insofern ihre Ästhetik technischen Vorgaben der Handyfotografie entspricht. Sie bilden aber auch die Stereotype ab, die sich durch eine Verkürzung der Symboliken der dargestellten Essen zwangsläufig herauskristallisieren, sie sollen schnell verstanden und zuzuordnen sein.

Es scheint nicht verwunderlich, dass Pierre Bourdieu sein Hauptwerk über „Die feinen Unterschiede“, welches er zwischen 1963 bis 1979 verfasste, mit der Thematik Essen beginnt und zu ganz ähnlichen Erkenntnissen gelangt wie Stuart Hall - wenn auch aus einer anderen Grundmotivation heraus. Bourdieu geht in seinen Studien davon aus, dass eine Geschmacksbildung niemals persönlicher Natur ist, statt dessen wird diese immer durch das soziale Umfeld beeinflusst. Auf diese Weise entsteht nach Bourdieu auch die Zuordnung zu einer gesellschaftlichen Gruppe. Durch die Manifestierung bestimmter Geschmacksarten erfolgt wiederum eine Verfestigung sozialer Unterschiede innerhalb einer Gesellschaft. Die differierenden Gruppen und ihre „Geschmäcker“ wiederholen sich daraufhin selbst (vgl. Bourdieu, P. 1982).

7.3. Das Fotografische als Handlung

Nachdem in den beiden vorangegangenen Abschnitten die Aspekte der visuellen und sozialen Stereotype innerhalb der Handyfotografie analysiert wurden, soll nun im Folgenden auf den letzten Teil der zu Anfang dieser Arbeit formulierten These eingegangen werden. Nämlich, dass innerhalb der mobilen fotografischen Bildpraxis eine neue Rolle der Fotografie auszumachen ist und diese weg führt von der Fotografie als Bild und hin zum Fotografischen als Handlung. Die besondere Bedeutung dieses Handlungsaspekts soll nun näher betrachtet werden.

Der Bedeutungsverlust von Fotografien als Erinnerungsträger oder Dokument im alltäglichen Gebrauch, so wie sie mit Smartphones sekundlich und millionenfach aufgenommen werden, zeigt sich zum Beispiel in einer sehr jungen Internetentwicklung, nämlich der Smartphoneapp „Snapchat“. Alltagsfotografie könnte sich hier genau zu dem verwandeln, was innerhalb der dieser Arbeit zugrunde liegenden These vermutet wird: Fotografische Bilder als vergängliches Kommunikationsmittel und als Handlungsgefüge innerhalb sozialer online Netzwerke. Was ist „Snapchat“?

Bei der App handelt es sich um einen kostenfreien Instant-Messaging-Dienst, der auf Smartphones und Tablets genutzt werden kann. Mit „Snapchat“ ist es möglich, Fotografien (sogenannte „Snaps“) an andere Nutzer der App zu verschicken. Diese sind beim Empfänger nur wenige Sekunden einsehbar und zerstören sich nach dem ersten Betrachten von allein. Lediglich durch einen „Kunstgriff“, nämlich das Speichern durch einen Handy-Screenshot, kann das empfangene Foto gesichert werden. Dies

entspricht allerdings nicht dem geplanten Nutzungsverhalten von „Snapchat“, der Sender erhält eine Warnmeldung, dass das verschickte Bild gespeichert wurde.

„Snapchat“ wurde von den beiden Amerikanern Robert Murphy und Evan Spiegel im Herbst 2011 gegründet, der heutige Sitz der Firma ist in Los Angeles. Nach anfänglichen Schwierigkeiten, die App an den Markt zu bringen, generiert „Snapchat“ heute bis zu 130 Millionen Nachrichten pro Tag und dies vor allen Dingen bei sehr jungen Nutzern zwischen 10-19 Jahren (vgl. Steuer, P. 2016, S. 5-17).

Doch was ist der Mehrwert dieses jüngsten sozialen Onlinenetzwerks?

In einem kürzlich bei „Die Welt online“ erschienenen Artikel wird ein 13 jähriges Mädchen zitiert, dass ihre Nachhilfelehrerin fotografiert hat und dieses Bild gern auf „Snapchat“ teilen möchte. Auf die Nachfrage der Lehrerin hin, wo das Bild denn dann erscheinen würde, heißt es bei dem Mädchen: Na, in der App. Eigentlich auch egal, [...]. Schließlich sähen die Freunde es nur wenige Sekunden. Und dann werde es auch bald wieder gelöscht.“ (zit. Nauber, T. 2016).

Ein anderer 14 jähriger Junge, Joshua Arntzen, erklärt während eines Vortrags rund 500 erwachsenen Besuchern das Phänomen so: „Du kannst die verrücktesten Dinge in deinen Snaps machen, und keinen interessiert es.“ (zit. Nauber, T. 2016).

Scheinbar ist es gerade die Vergänglichkeit, die die besondere Anziehungskraft von „Snapchat“ ausmacht.

Ebenfalls im genannten „Die Welt online“ Artikel wird der amerikanische Wissenschaftler Joseph Bayer von der Universität Michigan zitiert. Bayer hat 2015 zusammen mit anderen Kollegen erforscht, wie Kinder und Jugendliche auf den Dienst reagieren. Bei ihm heißt es dazu: „Snapchat wird typischerweise für die spontane Kommunikation mit engen Freunden verwendet“ (zit. Nauber, T. 2016).

Die Untersuchungen zeigen außerdem, dass scheinbar die Nutzung von „Snapchat“ wesentlich mehr positive Emotionen hervorruft, als dies bei anderen sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Facebook, der Fall ist. Es wird vermutet, dass dieses Empfinden daran gekoppelt ist, dass diejenigen, die „Snapchat“ nutzen, sich freier und unbeobachteter fühlen, da sie sich um ihre Repräsentation im Netz kaum mehr bemühen müssen - zum Beispiel auch nicht, ob sie gut oder schlecht auf einem Foto getroffen sind, es wird ja sowieso bald wieder gelöscht.

„Statt Erlebtes später online wiederzugeben, passiere einfach beides zur gleichen Zeit: „Leben und kommunizieren“, lautet die Erklärung von Evan Spiegel („Snapchat“-Gründer) dazu, die er 2014 auf einer Konferenz abgab (zit. Nauber, T. 2016).

Anhand dieser zuvor wiedergegebenen Aussagen lassen sich nun verschiedene Aspekte ausmachen, die auf die Funktion der Handyfotografie als Handlung, folglich als performative Geste, in Bezug gesetzt werden können. Im Weiteren finden sich Anknüpfungspunkte zu den zu Beginn dieser Arbeit vorgestellten Theorien zu Performativitätskonzepten bezogen auf die Fototheorie.

Begonnen mit der Aussage des 13 jährigen Mädchens, dass es „egal“ sei, ob sie ein Foto der Lehrerin verschicke oder nicht, da es sowieso nur für einige Sekunden gesehen wird (vgl. Nauber, T. 2016), zeigt, dass es hier nicht um die Dokumentation einer Sache geht, sondern um den Moment der Kommunikation, um das Aufnehmen des Fotos, um das „Sharing“ mit Freunden und deren eventuelle direkte Reaktion. Die Sache, also die Nachhilfestunde und das Portrait der Lehrerin, scheinen austauschbar zu sein, bzw. unwichtig, die Hauptsache ist die Aktion an sich. Fast noch deutlicher macht es die Aussage des 14 Jährigen Joshua Arntzen, dass sich eben niemand dafür interessiert, was man wirklich innerhalb der geteilten „Snaps“ tut oder zeigt (vgl. Nauber, T. 2016), auch in diesem Fall scheint der Inhalt unwichtig zu sein. Im Sinne, der bereits erläuterten Theorie Philippe Dubois, lässt sich dieser Umgang mit Fotografie als sogenannter „Bild-Akt“ klassifizieren (vgl. Dubois, P. 1998). Das Fotografieren mit dem Smartphone, das fast zeitgleiche Teilen der produzierten Bilder auf den genannten Plattformen wie „Snapchat“ und die damit verbundene sekundliche Rezeption der zugesandten Bilder durch die Empfänger macht es nahezu unmöglich, die so entstandenen Bilder unabhängig zu sehen, also ohne den Prozess (den Akt), innerhalb dessen sie produziert werden. Denn ohne die Kombination aus Aufnahme, „Sharing“ und Rezeption in ihrer Unmittelbarkeit durch die Nutzer hätten die generierten Smartphonefotos sozusagen keine Funktion mehr. Sie sollen nicht langfristig etwas dokumentieren, sondern bewegen sich in dem, wie beschriebenen, dreiteiligen Handlungsgefüge. Dies entspricht Dubois These, dass es mit der Fotografie nicht mehr möglich ist, ein Bild unabhängig des Aufnahmeaktes zu denken, durch den es generiert wird (vgl. Dubois, P. 1998, S.19). „Die übliche Spaltung zwischen dem Produkt und dem Prozess“ (zit. Dubois, P. 1998, S. 61), so wie es bei Dubois heißt, scheint damit aufgehoben.

Der Bild-Akt besteht bei Dubois genau aus den drei Bereichen Motivauswahl, Moment der Aufnahme und Rezeption inklusive Interpretation, und dies in Abhängigkeit eines bestimmten Kontextes (vgl. Dubois, P. 1998).

Alltagsfotografie mit dem Smartphone generiert, dient bei diesem Performativitätsmodell nicht nur der Kommunikation, sondern schafft komplett neue Handlungsräume und trägt in der Folge zu einer veränderten Wirklichkeit der Nutzer bei.

Wenn der genannte US amerikanische Wissenschaftler Joseph Bayer und sein Forschungsteam, wie zuvor beschrieben, davon ausgehen, dass Netzwerke wie „Snapchat“ vor allem deshalb so beliebt sind, weil es hier nicht auf Repräsentation ankommt, die Nutzer sich also weniger Gedanken um ihr Aussehen oder um das machen, was sie online mit Freunden teilen, weil es in kurzer Zeit sowieso wieder gelöscht wird (vgl. Nauber, T. 2016), lässt sich diese knappe Aussage auch auf Handlungstheorien beziehen, wie sie Horst Bredekamp vertritt und wie zu Beginn dieser Arbeit erläutert. In diesen Theorien geht es nicht mehr darum, dass das Bild etwas repräsentiert, sondern dass es im Bildakt das vollzieht, was es selbst abbildet (vgl. Bredekamp, H. 2010). Im Unterschied zu der zuvor von Dubois beschriebenen Theorie stehen in diesem Fall nicht mehr die handelnden Personen selbst an erster Stelle, die innerhalb des sogenannten Bildaktes Bilder erzeugen, sondern dieser Akt entsteht durch die Fotografien selbst, die durch ihre, wie es bei Bredekamp heißt, „generierende Kraft“, Einfluss haben auf Wahrnehmungen, Gedanken und Handlungen der Nutzer und dies im stetigen Austausch mit den Rezipienten (vgl. Bredekamp, H. 2010).

Eine solche Auslegung, wie von Bredekamp formuliert, wäre auch auf das zuvor beschriebene Beispiel der 13 jährigen Schülerin anwendbar. Diese hält zwar den erlebten Augenblick der Nachhilfestunde mit ihrem Smartphone fest, das aber ausschließlich deshalb, um ihn über die Plattform „Snapchat“ zu teilen. Der Grund des Bildes ist nicht die tatsächliche Gegebenheit und Dokumentation des Augenblicks, sondern besteht aus dem Vorsatz, etwas auf „Snapchat“ zu teilen, und das später aufgenommene Bild wird bereits vor der Aufnahme mit dieser Setzung belegt. Es wird digital konfiguriert, eventuell mit einem „Smile“ oder einem „Comic“ ergänzt (auch dies ist mit „Snapchat“ möglich⁷), geteilt und nach einigen Sekunden beim Empfänger wieder gelöscht. Alltagsfotografie, auf diese Weise ausgeübt, ist insofern ein performativer Akt, weil sie Teil einer Idee dazu ist, was sie später als Bild zeigen, auslösen, hervorbringen vermag. Da Bilder jedoch nicht nur geistig, sondern vor allem auch aus dem Affekt heraus und ästhetisch wirken, verlassen sie mitunter den zu kontrollie-

⁷ Snapchat ermöglicht es Bilder oder Videos vor dem Hochladen zu bearbeiten. Nutzer können Text, ein Emoji, Zeichnungen, Filter oder verschiedene Linsen einfügen (vgl. Steuer, P. 2016, S. 32-37).

renden kognitiven Bereich. Der gesamte Körper nimmt bei der Bilderkennung und Bildproduktion daran teil und wahr.

Erkennt man diesen Bildakt im Beispiel des 13 jährigen Mädchens auch als einen kommunikativen, also kulturellen Prozess an, so handelt es sich hier um ein Handlungsgefüge der Smartphonefotografie, welche soziale Wirklichkeit erst generiert, was auch als kulturell performativ betrachtet werden kann, da es ein Prozess der Veränderung und konstruierbar ist.

Über diese zuvor betrachteten Beispiele hinaus sollen nun im Folgenden die beiden interaktiven Feldexperimente des praktischen Teils dieser Arbeit genauer auf ihren Bezug zu den vorgenannten Performativitätsmodellen untersucht werden.

Der Aufbau der interaktiven Installation „Expanded Pictures“ entspricht einer ähnlichen Situation wie die der App „Snapchat“. Nutzer nehmen ein Foto mit ihrem Handy auf und senden es an einen Empfänger (in diesem Fall die acht Monitore der Installation). Das Foto wird einige Zeit später angezeigt und für andere Besucher zugänglich gemacht, folglich rezipiert und löscht sich (zumindest visuell auf den Monitoren der Installation) nach einiger Zeit wieder von selbst, sobald es durch neue empfangene Bilder verdrängt wird.

Im Detail noch einmal die Aufbausituation der genannten Installation:



Es ist zu beobachten, dass ein Großteil der Besucher bei diesem kleinen Experiment mitmacht, wenn es die technischen Möglichkeiten hergeben. Sie folgen der Handlungsanweisung „postaselfie@gmail.com“ und schicken das Bild an die mitgenannte Adresse. Ihre Gesten entsprechen nicht einheitlich einem „Duckface“, dennoch lassen sich übertriebene Ausdrücke, ernste Gesichter, witzig gemeinte oder vermeintlich besonders vorteilhafte Selbstdarstellungen entdecken. Im Sinne einer westlich geprägten Codierung lassen auch diese Darstellungen als Zeichen entsprechende Interpretationen zu, auf die im späteren Verlauf dieses Abschnitts noch einmal eingegangen werden soll.

Im Detail noch einmal drei exemplarische Bilder der von Nutzern generierten Selfies:



Interessant im Sinne Austins und späterhin auch Dubois ist das Zusammenspiel von Ausführung einer Geste, Fotoaufnahme, Versendung und Rezeption im lebenden Feldexperiment. Der Akt des Fotografierens ist hier in Form des wie auch immer gestalteten Selfies in das Foto eingeschrieben und bringt diesen durch das fast zeitgleiche Versenden und Rezipieren als bewusste Setzung selbst hervor. Wie bereits zuvor in dieser Arbeit genannt, gilt zum Beispiel Austin zufolge ein Satz als Sprechakt, wie: „Ich grüße Sie.“ (zit. Deppner, M. 2009, S. 7). Er vollzieht seinen Sinn durch die Handlung selbst.

Im Kreislauf von Geste, Fotoaufnahme, Versendung und Rezeption des hier vorgestellten Feldexperiments ergibt sich der Sinn ebenfalls durch den Bildakt an sich.

Blickt man an dieser Stelle noch einmal auf das zuvor beschriebene 13 jährige Mädchen zurück, welches ein Foto ihrer Nachhilfelehrerin auf „Snapchat“ mit Freunden teilen möchte, lässt sich diese Beobachtung des Feldexperiments auch hierauf über-

tragen. Die Aufnahme der Lehrerin wird als vorgefertigte Bildidee des Mädchens im Akt des Fotografierens aufgenommen, um es in der Folge ihren Freunden, also den Rezipienten zukommen zu lassen. Das Bild an sich verschwindet nach wenigen Sekunden, der Sinn des Fotos ergibt sich im Bildakt der Fotografie selbst und erzeugt diesen auch nun.

Eine Zuspitzung erfährt das in dieser Arbeit vorgestellte Feldexperiment der interaktiven Installation durch die Erweiterung der Arbeit in Form einer reinen Handlungsanweisung mit interaktiver Performance teilnehmender Besucher (siehe dazu, wie beschrieben Kap. 6.2).

Im Detail noch einmal die Ausstellungssituation der genannten performativen Arbeit:



Im besonderen Zentrum stehen hier nochmals die handelnden Personen, die Bildakte und die vorgefertigte Setzung in Form der Handlungsanweisung vollziehen. Indem die gemachten Selfies an Freunde weiterverschickt werden, bleiben sie im Kreislauf des von Dubois beschriebenen Modells des Bildakts und werden durch die Empfänger rezipiert (vgl. Dubois, P. 1998). Innerhalb der jeweiligen Ausstellungssituation bleibt der handelnde Aspekt der Teilnehmer jedoch im Vordergrund.

Wenn der Kunstwissenschaftler Horst Bredekamp in seiner auf das Bild bezogenen Handlungstheorie - im Unterschied zur semiotisch, oder auch pragmatisch ausgerichteten Theorie des Bildhandelns - statt der handelnden Personen die Bilder selbst als

„Handelnde“ in den Vordergrund rückt, so lässt sich dies exemplarisch ebenfalls in dem vorgestellten Feldexperiment, der interaktiven Monitorinstallation „Expanded Pictures“, nachvollziehen. Unter „Bildakt“ versteht Bredekamp, wie bereits erläutert, „eine Wirkung auf das Empfinden, Denken und Handeln [...] die aus der Kraft des Bildes und der Wechselwirkung mit dem betrachtenden, berührenden und auch hörenden Gegenüber entsteht“ (zit. Bredekamp, H. 2010, S. 52).

Dies ist besonders interessant, wenn man den Aufbau der Installation „Expanded Pictures“ betrachtet. Die acht aufgetürmten Monitore spielen innerhalb eines „Loops“ immer wieder wechselnde und sich verpixelnde „Selfies“ hintereinander ab. Es sind Selbstportraits, die bereits von Nutzern generiert wurden und nach und nach ausgetauscht werden, sobald ein neues Foto hochgeladen wird. Betrachter der Installation rezipieren also stets diese angezeigten Monitorbilder, bevor sie eventuell selbst ein eigenes „Selfie“ hochladen. Ungeachtet des persönlichen Darstellungswillens in dem später selbst generierten Foto sind die Nutzer doch geprägt durch Vorbilder, ein bereits vorhandenes kollektives Bildgedächtnis, geistig abrufbar und vor Ort durch die Anzeige des „Loops“ auf den Monitoren der Installation noch einmal versinnbildlicht. Der vorhandene Bilderpool hat eine Wirkmacht, die ungeachtet kognitiver Kontrollen affektiv, sinnlich ästhetisch auf den Betrachter einwirkt und diesen zu neuen Handlungen antreibt oder diese beeinflusst. So halten die Nutzer der „Expanded Pictures“ Installation zwar einen erlebten Augenblick fest, nämlich den Moment des Posierens für die Selbstportraitaufnahme, dieser ist jedoch geprägt und beeinflusst durch ein visuelles und soziales Vorwissen im Bereich Selbstdarstellung, Kommunikation, soziale Onlinenetzwerke und wird entsprechend mit ergänzenden individuellen Anteilen konfiguriert. Durch die Teilhabe an diesem Prozess wird eine kulturelle Handlung ausgeführt, die sich kultureller Praktiken bedient und diese mit beeinflusst - es wird eine soziale Wirklichkeit generiert, die performativ veränderbar und konstruierbar erscheint. Dieses Vorwissen spielt auch in dem genannten Beispiel des 13 jährigen Mädchens eine Rolle, das mit dem Wissen um zuvor in online Netzwerken geteilte Bilder deren Ästhetik und Bildwirkung kennt und entsprechend in der Situation der Nachhilfestunde und dem Portrait der Lehrerin eine zu fotografierende und zu teilende Situation ausmacht. Der kollektive Bilderpool entwickelt ein sich selbst wiederholendes Eigenleben, das zu einer endlosen Wiederholung und Schaffung neuer Bilder führt. Die generierenden Bildakte erzeugen auch hier eine kulturelle Wirklichkeit, welche ohne jene Akte nicht gegeben wäre.

An dieser Stelle lässt sich nochmals kurz zusammenfassen, dass für die beiden zuvor beschriebenen Theoriepositionen, also die erst genannte, die auf die Sprechaktheorie Austins und späterhin Dubois zurückgeht und die als zweites genannte Theorie von Bredekamp, vor allem eines entscheidend ist, nämlich die Differenzierung der Begriffe Performanz und Performativität. Unter Performanz wird eine Aufführung oder der Vollzug einer Handlung verstanden, die durch ein handelndes Subjekt ausgeführt werden und deren Voraussetzung sind (vgl. Dubois, P. 1998). Die Performativität zum Beispiel eines Bildes (oder anderer Äußerung) betont dessen immanente Kraft, das handelnde Subjekt und die Handlung selbst, die sie bezeichnet, innerhalb und durch den Akt der Äußerung erst überhaupt hervorzubringen (vgl. Bredekamp, H. 2010).

Über diese beiden Setzungen hinaus betont nun Jacques Derrida zusätzlich die Zitathaftigkeit einer performativen Äußerung, unabhängig, ob Sprache oder ein anderes Medium verwendet wird. Wenn eine performative Äußerung, nach Derrida, gelingen soll, dann ist dies nur dann möglich, wenn sie in Form eines Zitats oder eines Rituals innerhalb eines gesellschaftlichen Systems bekannter Codes getätigt wird und entsprechend wiederholbar ist (vgl. Derrida, J. 1988, S. 310-313). In Bezug zu dem Medium Fotografie wäre dies zum Beispiel bei Aufnahmen tradierter Gesten, Haltungen, Stimmungen und Zeichen gegeben, die durch die jeweiligen Rezipienten verstanden werden können. Das bedeutet zwangsläufig aber auch, dass, wenn eine sprachliche oder visuelle Äußerung nicht der Codierung entspricht, sie als performative Handlung scheitern muss, weil sie nicht als solche begriffen wird.

Betrachtet man unter diesem Aspekt die Bilderergebnisse der interaktiven Installation „Expanded Pictures“, also die Fotografien, die innerhalb des Feldexperiments des praktischen Teils dieser Arbeit entstanden sind und durch die teilnehmenden Rezipienten hochgeladen und in die Installation eingespeist wurden, so fallen, wie bereits erwähnt, besondere Gesten auf. Hierzu gehören übertriebene Gesichtsausdrücke, ernste Mienen, witzig gemeinte oder vermeintlich besonders vorteilhafte Selbstdarstellungen die als sogenannte „Selfies“ in den Videoloop der Installation eingespeist wurden. Im Sinne einer westlich geprägten Codierung lassen auch diese Darstellungen als Zeichen entsprechende Interpretationen zu.

Im Detail noch einmal die drei zuvor gezeigten exemplarischen Bilder der von Nutzern generierten „Selfies“:



Im ersten Beispielbild (links) ist eine starke Nahaufnahme eines vergrößerten Auges zu erkennen. Die Pupille ist starr nach unten gerichtet, der Augapfel springt förmlich aus dem oberen und unteren Augenlid heraus. Es ist ein Gesichtsausdruck dargestellt, der an Wahnsinn erinnern lässt. Vergleicht man diese Geste mit den bei Facebook zur Verfügung stehenden „emoticons“, mit denen Nutzer ihre Postings emotional unterstreichen können, so lassen sich ähnliche Gesichtsausdrücke, durch Facebook wie folgt verschlagwortet, wiederfinden:

— 🤪 verrückt. — 🤪 albern. — 🤪 aufgedreht.

(vgl. Facebook, ‚Fühlen‘ abg. Juni 2016)

Die Aufnahme eines solchen „Selfies“ spielt also mit einer Geste, die auch in den sozialen Onlinenetzen verstanden wird. Der Hersteller dieses Fotos bleibt als Nutzer anonym, da sein Gesicht nicht vollständig zu erkennen ist, nutzt aber dennoch eine bekannte Codierung für seine Bildaussage. Aufgrund der angedeuteten Nase, Stirn und Augenbraue lässt sich zudem ein männlicher Nutzer identifizieren.

Beim zweiten Beispielbild (Mitte) ist ein klassisches Duckface-Gesicht zu erkennen. Die Lippen sind nach außen gestülpt, die Augen weit aufgerissen. Im Unterschied zu den meist weiblichen Duckface-Selfies, die sich in sozialen Onlinenetzen finden lassen, handelt es sich hier allerdings um einen männlichen Nutzer, der diese Geste ausführt. Die klassische Codierung des Duckface-Selfies (vgl. Kapitel „6.1 Archive“ in

dieser Arbeit) stimmt hier nicht mehr mit dem Bildergebnis überein und es findet eine Ironisierung statt. Vermutlich soll das klassische Duckface-Selfie kritisiert und persifliert werden. Mit genauer Sicherheit ist die Art der gemeinten Uminterpretation jedoch nicht zu benennen. Es könnte sich ebenso um eine verrückte Geste handeln, die einfach als Albernheit gemeint ist.

Beim letzten Beispielbild (rechts) sieht man ein Doppelportrait, das ein Kind mit einem Erwachsenen (vermutlich dem Vater) abbildet. Der Erwachsene zeigt einen positiven Gesichtsausdruck, angedeutet durch sein Lächeln, gleichzeitig wirkt sein Blick entschlossen, was auch durch die in Falten gekräuselte Stirn betont wird. Mit erhobenem Zeigefinger deutet er auf das Gesicht des Kindes, welches lächelnd und etwas schüchtern in die Kamera blickt. Der Erwachsene weist auf das Kind hin, legt die besondere Aufmerksamkeit durch den Fingerzeig auf dieses, eine selbstbewusste, positive und ein wenig stolze Geste. Bei Facebook lassen sich wiederum „emoticons“ wiederfinden, die einen ähnlichen Gesichtsausdruck wie den des Erwachsenen widerspiegeln:



(vgl. Facebook, ‚Fühlen‘ abg. Juni 2016)

Die in diesen Beispielen vorgestellten „Selfies“, die durch das Feldexperiment der interaktiven Installation „Expanded Pictures“ generiert wurden, lassen sich, wie analysiert, durchaus mit der Theorie Derridas in Verbindung setzen, dass performative Äußerungen gelingen, wenn sie in Form eines Zitats oder eines Rituals innerhalb eines gesellschaftlichen Systems bekannter Codes getätigt werden (vgl. Derrida, J. 1988, S. 310-313). Ob bewusst oder unbewusst von den Nutzern ausgeführt, bedienen sich diese gängiger und allgemein verständlicher westlich geprägter Zeichen bei der Herstellung ihrer „Selfies“. In dem Moment der ironischen Uminterpretation einer Geste, wie des „Duckface“ durch den jungen Mann im mittleren Bildbeispiel, wird eine eindeutige Zuordnung und ein Verstehen des Bildes schwieriger, die Bedeutung verschiebt sich. Im Sinne Derridas wäre diese performative Äußerung besonders gelungen. Innerhalb des Handlungsgefüges aktueller Handyfotografie, bestehend aus Geste oder Ritual, Aufnahme durch eine handelnde Person, „Sharing“ in sozialen Onlinenetzwerken, sofortige Rezeption und endlose Wiederholung dieses Pro-

zesses, fügt sich dieses „falsche Duckface“ schließlich auch in die zuvor beschriebenen Handlungstheorien Dubois und Bredekamps ein.

Es zeigt außerdem nochmals und wie in Abschnitt „6.1 Archive“ dieser Arbeit ausführlich beschrieben, dass innerhalb des Handlungsgefüges der Handyfotografie vor allen Dingen Stereotype (in diesem Fall visuelle Stereotype) produziert und wiederholt werden. Diese liegen dem fotografischen Bildakt zugrunde, bzw. werden erst durch diesen hergestellt.

Auf der Onlineplattform „Medienkunstnetz“ heißt es dazu in einem Aufsatz von Kathrin Peters: „Weniger dem Bildgegenstand oder überhaupt dem einzelnen Bild gilt das Interesse, sondern dem Akt der permanenten Gegenwartsbezogenheit, der Herstellung von Fotos. Wiederholungen und Redundanzen sind dem performativen Akt dabei immer schon inhärent; Augenblicke werden eben jeden Augenblick neu erlebt. Insofern muss eine Kritik des Stereotypen der Schnappschüsse die Tätigkeit des Knipsens verfehlen, denn es geht in ihr - auch entgegen Bekundungen der Knipser selbst - gar nicht um Originalität, sondern gerade um Wiederholungen, nicht um das Schöpferische, sondern um das Aufnehmen von allem und jedem für alle und jeden.“ (zit. Peters, K., S. 10).

8 Shoot, upload, share: Die neue Rolle der Fotografie?

Nachdem in den vorangegangenen Abschnitten dieser Arbeit die einzelnen Aspekte der zu Beginn aufgestellten These in ihren Elementen beschrieben, hinterfragt und untersucht wurden, soll nun im Folgenden eine Zusammenführung der genannten Bereiche bewirkt werden, nämlich visuelle Stereotype, soziale Stereotype und das Fotografische als Handlung im Komplex eines zusammengehörenden Handlungsgefüges innerhalb der mobilen fotografischen Bildpraxis. Die sich damit andeutende neue Rolle der mobilen digitalen Fotografie soll erläutert und diskutiert werden. Anhand des Kommunikationsmodells (Funktionsmodell) des Sprachwissenschaftlers Roman Jakobson wird auf die Möglichkeit des Funktionswandels dieser klassifizierten Bildpraxis eingegangen (vgl. Jakobson, R. 1960a).

Betrachtet man das alltägliche Fotografieren mit dem Smartphone sowohl aus einer ästhetischen als auch aus einer soziologischen Richtung, wie hinlänglich in den vorangegangenen Abschnitten dieser Arbeit geschehen, dann stellt sich die Produktion dieser Handyschnappschüsse als eine komplett ritualisierte und von sozialen Stereotypen motivierte Handlung dar, durch die wiederum vollständig stereotype Bilderergebnisse hervorgebracht werden. Es handelt sich hierbei um ein selbst referentielles Modell, nämlich dass die produzierten visuellen Stereotype soziale Stereotype evozieren und bedingen und andersherum. Begründet ist dies vor allem in der besonderen Funktion der Smartphonekamera, die im Gegensatz zu analogen Apparaten mit dem Internet verbunden ist und ein direktes wie permanentes Aufnehmen, Hochladen, Teilen und Rezipieren von Bildern innerhalb sozialer Onlinenetzwerke ermöglicht. Unabhängig der ästhetischen und soziologischen Bedeutungen des Handyschnappschusses eröffnet sich aus diesem Zusammenspiel eine neue Funktion der Fotografie: Nicht der Inhalt eines Bildes, das, was es zeigt oder an das, was es erinnern könnte, interessiert, sondern der performative Akt der Bildherstellung rückt in den Vordergrund. Es findet eine ununterbrochene Selbstvergewisserung der Nutzer statt, die innerhalb des Handlungsgefüges aus Handyfotografie, Internet und sozialen Onlinenetzwerken navigieren, und durch die Möglichkeit permanenter Teilhabe in Form von „shooting“, „uploading“ und „sharing“ eine neue Realität erleben bzw. diese erst selbst generieren.

Bereits im Jahr 1965 stellte Pierre Bourdieu innerhalb seiner Studien zur Familienfotografie fest: „Die geographische Versprengtheit der einzelnen Verwandten verlangt gebieterisch die mehr oder weniger regelmäßige Wiederbelebung der Verwandtschaftskontakte, und dem genügt die Photographie besser als der bloße Austausch von Briefen.“ (zit. Bourdieu, P. 1983, S. 38).

Bourdieu's These, die sich hieraus ergibt, nämlich, dass Fotografien im Grunde nur über den Effekt der gesellschaftlichen Teilhabe, die sie selbst erzeugen, Bedeutung gewinnen, findet, wie in dieser Arbeit bereits beschrieben, auf Facebook, Whatsapp, Snapchat und diversen anderen Photosharing-Plattformen eine direkte Bestätigung. Im Unterschied zur tradierten Privatfotografie, wie noch von Bourdieu erlebt und studiert, stellt sich eine heutige gesellschaftliche Teilnahme als schneller und direkter dar, und wird durch Internetverknüpfung eben interaktiv. Die ausschließliche Untersuchung einer digitalen Bilderflut, ihrer Erscheinungsformen im Netz und die sich

dadurch ergebenden stereotypen Bildwelten muss zu kurz führen, will man das komplexe Gefüge digitaler Fotopraxis zu Ende denken.

Die deutsche Professorin für theoretische Philosophie, Sybille Krämer, hat in diesem Zusammenhang Texte zu sogenannten Internet-Interaktionen veröffentlicht. Aus ihren Überlegungen wird ersichtlich, dass es neben der reinen Betrachtung und dem erinnernden Potential von Bildern darüber hinaus um eine Erweiterung gehen muss, vielmehr um die gesellschaftliche Teilhabe an einem Spiel (vgl. Krämer, S. 1997, S. 83–107/ S. 98). Die Direktheit digitaler fotografischer Bilder, durch deren Aufnahme, Upload und Sharing im Internet, gehört Krämer zufolge gerade nicht konsequent mit dem Wunsch zusammen, den persönlichen Alltag mit anderen teilen zu wollen, stattdessen geht es nach ihr vielmehr um eine Spielsituation an sich, die eben gerade vom eigentlichen Alltag ablenken soll (vgl. Krämer, S. 1997, S. 98). Krämer macht hier einen wichtigen Unterschied, zwischen direkter Kommunikation und der Kommunikation innerhalb digitaler Netzwerke aus. So kommunizierten die Nutzer hier nicht direkt, also mit anderen Nutzern, stattdessen jedoch mit digitalen Bildern (vgl. Krämer, S. 1997, S. 97). Krämer bezeichnet dies als ‚Interikonizität‘ (Intermedialität), innerhalb derer nicht die Bedeutung von Bildern wichtig ist, sondern das, was sich bei einer Kommunikation zwischen ihnen abspielt. Zu dem Spiel, von dem Krämer schreibt, gehört es, immer mehr Bilder zu generieren und diese durch sogenannte „Hashtags“ online zu zeigen. Das, was dann an Bildern geteilt wird, sind keine Darstellungen von persönlichen Erinnerungen, sondern es ist ein aktuelles kollektives Spielerlebnis (vgl. Adamowsky, N. 2000, S. 234). In diesen Zusammenhang scheint auch die massenhafte Produktion immer neuer Bilder zu passen, die online hochgeladen und zugänglich gemacht werden. Sie könnten als Spieleinsatz gewertet werden und halten es durch ihre Performativität in Gang.

In ihrem Aufsatz „Sofort-Bilder. Aufzeichnung, Distribution und Konsumtion von Wirklichem unter dem Vorzeichen der Digitalfotografie“ widmet sich Kathrin Peters ebenfalls in einem mehrzeiligen Abschnitt den Gedanken Sybille Krämers. Und sie fügt die abschließende Frage hinzu: „[...] worum wird eigentlich gespielt?“ (zit. Peters, K., S. 17). Ihre vorläufige Antwort hierzu lautet: „Um Life Style [...]“ (zit. Peters, K., S. 17) und sie führt aus: „Insofern wäre hier nicht oder nicht mehr Familialität der Fluchtpunkt der fotografischen Alltagspraxis, sondern das spielerische und spaßbetonte Verhandeln von Tags oder Labeln, durch die temporäre Gruppenzugehörigkeiten markiert werden. Unter dem Vorzeichen eines gemeinschaftlichen Online-Spiels voll-

zieht sich so eine Ästhetisierung nicht der Bilder, sondern des Lebens.“ (zit. Peters, K., S. 17).

Wenn sich, wie in diesem Abschnitt der Arbeit angedeutet, mit der zeitgenössischen mobilen und digitalen Bildpraxis eine neue Rolle der Fotografie auftut, muss dies nicht heißen, dass bisher tradierte Funktionen der Fotografie obsolet geworden sind und nicht auch weiterhin Anwendung finden (gemeint ist hiermit zum Beispiel die Funktion der Fotografie als Dokumentationsmittel oder Erinnerungsträger).

In Bezug zur Sprache entwickelte der Sprachwissenschaftler Roman Jakobson bereits 1960 ein Kommunikationsmodell, das zwischen einem Sender und einem Empfänger diverse Funktionen ein und desselben Mediums aufzeigt. Abhängig vom Kontext, innerhalb dessen die Kommunikation stattfindet, erhält eine der Funktionen mehr Bedeutung als die andere. Jakobson bezeichnet dieses als die dominante Funktion des Mediums (vgl. Jakobson, R. 1960, S. 353). Ein solches Modell ließe sich auch auf die Fotografie anwenden.

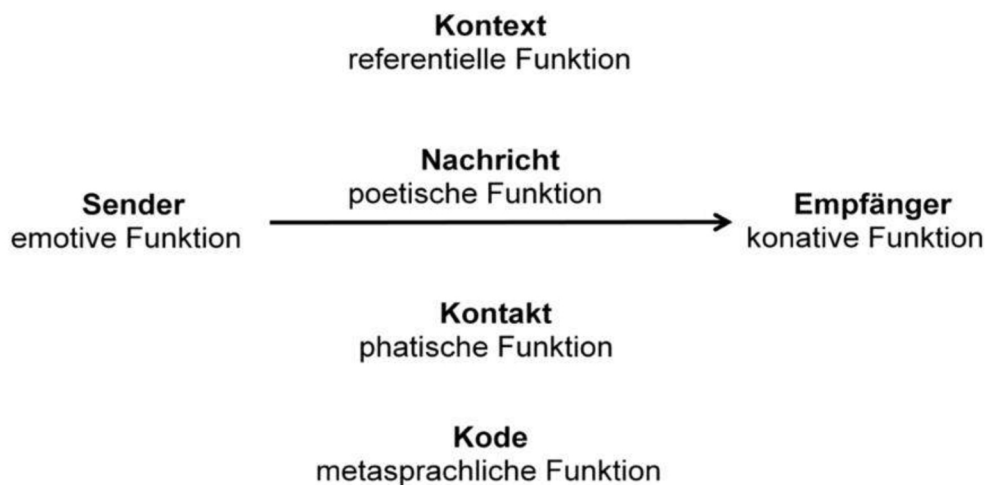
Im Folgenden soll nun zunächst das Kommunikationsmodell Jakobsons erläutert und schließlich in Bezug zur Fotografie gesetzt werden.

Innerhalb der Sprachwissenschaften lassen sich diverse Kommunikationsmodelle unterschiedlicher Ausrichtung finden. Bei allen diesen Modellen geht es (im Bezug zur Sprache) um die drei kommunikativen Aspekte „sagen, hören, verstehen“ und inwieweit diese miteinander in Bezug stehen.

Die bekanntesten Beispiele für diese Kommunikationsmodelle werden als sogenannte Funktionsmodelle präziser bezeichnet. Eines davon ist das „Organon-Modell“ des Sprachwissenschaftlers Karl Bühler (vgl. Bühler, K. 1965, S. 28). Hier wird der Ablauf erklärt, der sich bei der Übermittlung von Nachrichten vollzieht und gleichzeitig die sich daraus ergebenden diversen Funktionen von Sprache erläutert (vgl. Nöth, W. 2000, S. 203). Bühlers Modell wurde innerhalb der Sprachwissenschaften in der Vergangenheit immer wieder aufgegriffen und erweitert, so auch durch Roman Jakobson, der drei neue Funktionen ergänzt hat. Insgesamt handelt es sich nun um ein sechsgliedriges Modell (vgl. Jakobson, R. 1960, S. 353).

Bühler stellte zunächst die Bereiche Empfänger, Sender und Nachricht fest und brachte diese mit den verschiedenen Funktionen Ausdruck, Appell und Darstellung zusammen (vgl. Bühler, K. 1934, S. 28). Bei dem durch Jakobson ergänzten Modell kamen nun noch die Bereiche Kontext, Code und Kontakt hinzu. Der Sender bezieht

sich hierbei auf den Kontext, Sender und Empfänger wiederum müssen gleichermaßen Zugang zum Code haben und der Kontakt stellt die Grundvoraussetzung dar, mit der Nachrichtenübermittlung überhaupt möglich ist (vgl. Jakobson, R. 1960, S. 353). An dieser Stelle eine Beispielabbildung des Funktionsmodells nach Jakobson:



(vgl. Jakobson, R. 1960a)

Im Detail lassen sich die abgebildeten Funktionen wie folgt beschreiben:

Beim Kontext, also bei der referentiellen Funktion, kommt dem Referenten innerhalb der Kommunikation die wichtigste Rolle zu. Dieses ist zum Beispiel bei ausschließlich beschreibenden Texten oder Nachrichtenmeldungen der Fall, wenn sie schlicht, nüchtern und wertfrei formuliert sind. Aber auch eine Aussage wie "Ich habe keine Ahnung, auf was du dich beziehst." ist in erster Linie referentiell. Der Sprecher bezieht sich in diesem Fall auf den Kontext des Gesprochenen.

Der Sender, also die emotive Funktion, gibt die Haltung des Senders zu einer Nachricht wieder. Ein Beispiel hierzu wäre der Satz "Aua, das tut weh!". Diese Aussage gibt den persönlichen Ausdruck des Sprechers wieder.

Beim Empfänger, also der konativen Funktion, kommt eine Nachricht einem Appell gleich und besteht aus Aufforderungen oder Befehlen. Wird ein Hörer also vom Sprecher aufgefordert, ihm zum Beispiel „nicht weh zu tun“, dann konzentriert sich diese Aussage auf die konative Sprachfunktion. Es geht beim Sprechen hier hauptsächlich darum, eine bestimmte Botschaft an einen Empfänger weiterzugeben.

Hingegen zeigt der Kontakt, also die phatische Funktion, die Art der Verbindung zwischen zwei Teilnehmern einer Kommunikation an. Als Beispiel ließe sich hier die

Formulierung nennen: "Hörst du mich überhaupt?". Der Sinn dieser Frage besteht lediglich darin, die Kommunikation überhaupt aufrecht zu erhalten.

Der Code, also die metasprachliche Funktion, stellt eine Kommunikation über die Kommunikation dar. Ein Beispiel hierzu wäre folgende Frage: „Was meinen Sie mit diesem Satz?“. Jakobson bezeichnet einen solchen Fall auch als Selbstreferentialität der Sprache.

Und schließlich die Nachricht selbst, also die poetische Funktion, bei der es um die Art der Formulierung einer solchen geht. Hier steht der ästhetische Wert von Sprache im Fordergrund. (vgl. Ant, Marc/ Nimmerfroh, Maria-Christina/ Reinhard, Christina 2013).

Folgt man Jakobson, dann bezieht sich eine Botschaft innerhalb eines bestimmten Zusammenhangs immer auf eine der sechs genannten Sprachfunktionen im Speziellen. Insgesamt sind aber alle Funktionen für eine Äußerung relevant, da eine Kommunikation nicht möglich ist, wenn eine oder mehrere Funktionen ignoriert werden. In den meisten Fällen ist aber eine der Funktionen dominant (vgl. Pelz, H. 2000, S. 28f.) Das Kommunikationsmodell von Jakobson lässt sich, wie zu Beginn dieses Abschnitts bereits angedeutet, auch auf die Fotografie beziehen. Fotografien, die heute mehr denn je wie die Sprache der Kommunikation dienen, können ähnliche Funktionen ausüben, wie die in dem Modell vorgestellten. So wäre zum Beispiel ein Dokumentationsfoto innerhalb eines seriösen Nachrichtenberichts dem Kontext zuzuordnen, hätte also eine referentielle Funktion. Ein Selfie hingegen, das zum Beispiel den Sender in einer offensichtlich positiven Situation zeigt, würde eher eine emotive Funktion ausfüllen. Ist mit einem Foto eine Aufforderung verbunden, also zum Beispiel die Abbildung eines überquellenden Mülleimers oder eines falsch parkenden Autos, ist hiermit der Appell verbunden, eben den Müll zu leeren oder das Auto umzuparken. Dem Foto käme eine konative Funktion zu. Eine phatische Funktion hätte ein Foto dann, würde es ausschließlich der Kontakterhaltung dienen, dies könnte zum Beispiel bei einem fotografischen Bildergruß zu einem beliebigen Anlass gegeben sein. Das Foto dient ausschließlich der Kontaktpflege und Aufrechterhaltung der Kommunikation mit einem Empfänger. Bezieht sich ein Foto allerdings ausschließlich auf sich selbst, was zum Beispiel bei einem Zitat einer anderen Fotografie der Fall wäre, dann würde es eine metasprachliche („metabildsprachliche“) Funktion ausüben. Dies wäre dem Code zuzuordnen. Und schließlich würde eine künstlerische Fotografie, in der Elemente wie Licht, Schatten, Farben oder Strukturen Bild bestimm-

mend sind, eine poetische Funktion ausfüllen. Hier geht es um die ästhetische Form der im Bild übermittelten Nachricht selbst. Selbstverständlich kommt es auch hier immer auf den Zusammenhang an, innerhalb dessen eine Fotografie verwendet wird. Die Funktion kann variieren, wenn sich der Zusammenhang ändert.

In Bezug zu der innerhalb dieser Arbeit diskutierten mobilen digitalen Bildpraxis (Aufnahme, Hochladen, Distribution, Rezeption), stellt sich die Frage, in welchem Verhältnis diese Art der Fotografie zu dem Funktionsmodell Jakobsons steht. Lassen sich die beschriebenen Funktionen auch für die Fotos ausmachen, die für die sozialen Onlinenetzwerke und innerhalb derer entstehen? Ist eine der Funktionen dominant? Oder muss sogar eine neue Funktion dazu gedacht werden?

Wenn Sybille Krämer, wie im oberen Teil dieses Abschnitts bereits erläutert, in ihren Texten davon spricht, dass ein Unterschied zwischen direkter Kommunikation und Kommunikation über digitale Netze darin besteht, dass die Nutzer hier nicht direkt kommunizieren, sondern mit digitalen Bildern, und nicht der Inhalt der Bilder hierbei von Bedeutung ist, sondern das, was sich bei einer Kommunikation zwischen den Bildern ereignet (vgl. Krämer, S. 1997, S. 83–107), dann scheinen innerhalb des jakobsonischen Modells zunächst die referentielle Funktion als auch tatsächlich die konative Funktion an Bedeutung zu verlieren. Weder der Kontext noch der Empfänger haben hierbei eine besondere Rolle. Die Empfänger erscheinen sogar austauschbar, da sich Bilder, die zum Beispiel in Onlinenetzwerken wie Facebook kursieren, sehr häufig gleich an eine große, manchmal sogar unüberschaubare, weil öffentliche Empfängerschar richten. Auch die poetische Funktion dieser Bilder, also die Nachricht an sich, rückt in den Hintergrund. Bei den Schnappschussartigen Bildern handelt es sich ganz offensichtlich nicht um ästhetisch ausformulierte Bilder, sondern sie spielen geradezu mit den technischen Einschränkungen, also zum Beispiel Verwackelungen und Unschärfen der kleinen Handykameras. Die metasprachliche Funktion („metabildsprachliche Funktion“) der Bilder ist insofern von Relevanz, als dass sich die unendlichen Bildschöpfungen, wie bereits ausführlich innerhalb dieser Arbeit erläutert, vielfacher Zitate bedienen, sich selbst wiederholen, Stereotype produzieren und reproduzieren. Dieses geschieht sicherlich zumeist unbewusst durch die Bildproduzenten, ist aber relevant insofern, als dass diese Zitate oft allgemein verständlich sind. Der Code steht somit einer großen Empfängerschar oder überhaupt dem Empfänger dieser Bilder sehr häufig zur Verfügung, da bekannte Stereotype dargestellt werden. Inwieweit diese Metabildsprache allerdings zu hundert

Prozent von den Empfängern entschlüsselbar ist, bleibt ungewiss, da nicht eindeutig bekannt ist, welche Empfänger genau erreicht werden, wenn die Bilder im Netz kursieren. Dominant innerhalb einer online basierten Bildkommunikation scheinen die pathische Funktion und die emotive Funktion zu sein. Wenn Kathrin Peters in ihrem Aufsatz über Sofortbilder (in Bezug zu Sybille Krämer) schreibt, dass die Bildproduzenten ihre Bilder mit Tags oder Labeln markieren (sogenannte Hashtags), um sich durch diese temporär bestimmten sozialen Gruppen zuzuordnen (vgl. Peters, K., S. 17-18), dann kommt dem Sender eine dominante Funktion zu, weil er oder sie einen persönlichen Ausdruck hinzufügt. Auch die pathische Funktion, also der Kontakt an sich, ist in diesem Zusammenhang von größerer Relevanz, da es innerhalb des unentwegten „ping-pong“ Spiels, dem Hin und Her der Bildkommunikation, eben besonders stark um die Aufrechterhaltung des Spiels geht, wie es Krämer formuliert, und eben nicht um den Inhalt des jeweiligen Fotos (vgl. Krämer, S. 1997, S. 98).

Folgt man diesen Überlegungen, dann ließe sich anhand Jakobsons Funktionsmodell für die im Zusammenhang der digitalen mobilen Bildpraxis entstehenden Fotos, je nach Gewichtung, eine Funktion in der ununterbrochenen Kommunikation und Aufrechterhaltung derselben (bei Krämer das „Spiel“ (vgl. Krämer, S. 1997, S. 98)) feststellen oder eine Funktion in der permanenten Selbstvergewisserung der Bildproduzenten, die sich innerhalb ihrer Bilder emotiv bestimmten Gruppen zuordnen. Der Code erhält eine wichtige, aber nicht dominante Funktion, weil er sich durch das „Spiel“ ergibt, aber eher eine Folge, als eine bewusste Setzung darstellt.

Die anderen Funktionen (Kontext, Nachricht, Empfänger) sind Bestandteile derartiger Kommunikation, jedoch nicht dominant.

Es stellt sich die Frage, ob mit diesen Zuordnungen bzw. Zuordnungsmöglichkeiten die Funktion der mobilen digitalen Fotografie bereits hinlänglich erfasst wurde? Lassen sich innerhalb des Geflechts aus Fotoaufnahme, Hochladen, Teilen und Rezipieren dem, was innerhalb dieser Arbeit als sogenanntes Handlungsgefüge der Fotografie bezeichnet wird, überhaupt klare abgrenzbare Funktionen zuordnen?

An dieser Stelle einige Überlegungen, die das Funktionsmodell Jakobsons noch nicht mitdenkt, die aber innerhalb der genannten Bildpraxis von Relevanz zu sein scheinen. Es fällt auf, dass es meist, anders als in Jakobsons Modell, innerhalb der Online-Bildkommunikation mehrere Empfänger, teilweise eine unbestimmbare Öffentlichkeit gibt. Diese Empfänger reagieren oft unmittelbar auf die empfangenen Bilder. Dieses allerdings nicht innerhalb einer direkten Antwort, sondern ebenso an eine

neue unbestimmbare Öffentlichkeit (dieses geschieht vor allen Dingen durch das sogenannte Taggen von Bildern, wodurch diese verschlagwortet und für jeden innerhalb eines bestimmten Messengerdienstes oder in sozialen Netzwerken sichtbar sind). Durch diese Pluralität aus nicht zuordnbaren Empfängern und vielfach auch aus Sendern entwickelt sich eine Kommunikation, die keinesfalls mehr richtungsgesteuert ist (Sender - Empfänger). Die Funktionen scheinen somit insgesamt vernetzter, als bei Jakobson dargestellt und entsprechen nicht mehr dem bekannten Sender - Empfänger Verhältnis, wie es die meisten Kommunikationsmodelle und auch Jakobsons Modell voraussetzen. Kontexte sind innerhalb der genannten Bildpraxis zusätzlich häufig eher unwichtig, bzw. teilweise gar nicht vorhanden (wenn man an das Beispiel von Snappchat denkt, bei dem Bilder beim Empfänger nach einigen Sekunden gelöscht werden). Schon an dieser Stelle müsste eine Kommunikation nach Jakobson völlig scheitern, denn eine Funktion fällt aus.

Wenn sowohl Kathrin Peters als auch Sybille Krämer, wie zuvor beschrieben, in diesem Zusammenhang von einem kollektiven Online-Spiel sprechen, scheint dieses eine zutreffendere Beschreibung zu sein, als es das jakobsonsche Funktionsmodell wiedergeben kann. Vor allem das von Krämer als ‚Interkonizität‘ bezeichnete Verhältnis zwischen den Bildern, also das, was während der Bildkommunikation mit dem Handy und über soziale Onlinenetze zwischen den Bildern passiert, lässt sich mit dem Funktionsmodell von Jakobson, so nicht darlegen. Wie bereits in diesem Abschnitt angedeutet, müssten die einzelnen Funktionen untereinander vernetzter dargestellt werden. Schließlich führt auch die Feststellung, dass eine Kommunikation im tradierten Sinne scheitern muss, da mehrere häufig nicht zuordnbare Empfänger und Sender vorhanden sind, und da eine Funktion, nämlich der Kontext, mehr oder weniger ausfällt, zu der Frage, ob hier überhaupt von Kommunikation nach Jakobsons Modell gesprochen werden kann? Es greift wiederum die Feststellung Krämers, eines kollektiven Online-Spiels, bei dem keine persönlichen Erinnerungen im Vordergrund stehen, sondern eben gerade die Ablenkung vom Alltag (vgl. Krämer, S. 1997, S. 98).

In diesem Sinne und um die gegenwärtige mobile Bildpraxis zu beschreiben, sind dem Funktionsmodell von Jakobson keine neuen Funktionen hinzuzufügen, allerdings müssten Empfänger und Sender pluralistischer und wechselseitige Bezüge zwischen den Funktionen dargestellt werden. Schließlich würde es dann keine Kommunikation im tradierten Sinne mehr beschreiben, sondern käme dem in dieser

Arbeit besprochenen Handlungsgefüge digitaler mobiler Fotografie am nächsten, bestehend aus dem Wechsel von Aufnahme, Hochladen, Teilen, Empfangen, Rezipieren und deren Wiederholung.

Ob dieses Handlungsgefüge in seiner Gesamtheit wie bei Krämer als Spiel zu bezeichnen ist (vgl. Krämer, S. 1997, S. 98), bedarf sicherlich weiterer Untersuchungen. Wie bereits beschrieben, stimmen viele Elemente überein. Und selbst die von Krämer genannte ‚Interikonizität‘ innerhalb der Bilder dieses sogenannten Online-Spiels (vgl. Adamowsky, N. 2000, S. 234), lässt sich innerhalb der vorliegenden Arbeit, in Gestalt der sich selbst reproduzierenden visuellen und sozialen Stereotypen wiederfinden, die während der digitalen mobilen Bildpraxis erzeugt werden.

Neben dem „Spiel“ spricht Kathrin Peters weiterhin von „Life Style“ als einer Vermutung, um was „gespielt“ werden könnte, und stellt damit einhergehend eine Ästhetisierung des Alltags fest (vgl. Peters, K., S. 17). Dieses sind Begriffe, die zweifelsohne Teil dieses sogenannten Handlungsgefüges, wie in der vorliegenden Arbeit beschrieben, sein können. Allerdings haftet jenen Begriffen eine Oberflächlichkeit an, gekoppelt mit einer Beschwingtheit und Leichtigkeit, die, wollte man die Funktion der gegenwärtigen mobilen Bildpraxis ausschließlich damit beschreiben, unvollständig bleiben muss. „Das Spiel“ scheint ein wesentlich ernsteres zu sein, als lediglich eine ästhetische Alltagszerstreuung.

Bereits 1938 hat der niederländische Kulturhistoriker Johan Huizinga den Typus des Homo Ludens (des spielenden Menschen) entwickelt (vgl. Huizinga, J. 1939). Er schuf damit eine anthropologische Sicht auf den Menschen und dessen Kulturfähigkeit. Huizinga grenzt den Homo Ludens ab vom Homo Sapiens, der vernunftbezogen handelt, vom Homo Oeconomicus, der wirtschaftlich handelt, als auch vom Homo Faber, dessen Schaffenskraft im Vordergrund steht. Das wichtigste Merkmal des Spiels ist nach Huizinga die soziale Interaktion und die menschliche Kulturentwicklung. Es dient als Werkzeug menschlicher Kommunikation und Interaktion sowie zur Verhandlung gesellschaftlicher Prozesse und kann die verschiedensten Formen annehmen. Neben dem Spiel im tradierten Sinne sind, nach Huizinga, auch Technik, Politik, Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft mit Spielelementen verknüpft (vgl. Huizinga, J. 1934, S. 18-45).

In dem Sammelband „Das Spielelement der Kultur. Spieltheorien nach Johan Huizinga von Georges Bataille, Roger Caillois und Eric Voegelin“, zieht zum Beispiel der Herausgeber Knut Ebeling eine direkte Verbindung zwischen dem Spiel und der

Ökonomie. Anhand verschiedener Beispiele, wie der internationalen Finanzkrise und ihren Fehlspekulationen, befragt er jene Katastrophe nicht nach wirtschaftlichen Hintergründen, sondern vergleicht sie mit den Mechanismen des Glücksspiels. Dieses von Ebeling als „Kasino-Kapitalismus“ (vgl. Ebeling, K. 2014, S. 132) bezeichnete Spiel wäre dann durch Unordnung strukturiert und die Börsenpleite gar ein kalkulierbares Element der übergeordneten ökonomischen Spielregeln. Ebeling schafft damit eine Anschlussfähigkeit des Homo Ludens zu unserer direkten Gegenwart und betont auch, dass es ein naheliegender, aber dennoch waghalsiger Vergleich ist (vgl. Ebeling, K. 2014, S. 132). Das Spiel ist bei all diesen Vergleichen meist mehr als nur ein einfacher Spaß.

In Bezug zur gegenwärtigen digitalen mobilen Bildpraxis verschwimmen die Grenzen zwischen Spiel und Ernst ebenso. Was von Krämer und Peters als ästhetische Alltagszerstreuung bezeichnet wird (vgl. Krämer, S. 1997, S. 98), stellt längst bei vielen Internet- und Smartphonennutzern keine Ablenkung, sondern den tatsächlichen Alltag dar. Gesellschaftliche Gruppenzugehörigkeiten und soziale Standards werden online verhandelt, wer nicht teilnimmt am allgemeinen „Aufnehmen, Hochladen und Teilen“ innerhalb der social media communities wird nicht wahrgenommen, gehört nicht dazu und ist demnach für die Onlinegemeinde (und eben zunehmend auch für die gesamte Gesellschaft) nicht existent. Wie bereits zu Beginn dieses Abschnitts der Arbeit beschrieben, findet eine ununterbrochene Selbstvergewisserung der Nutzer statt, die innerhalb des Handlungsgefüges aus Handyfotografie, Internet und sozialen Online-netzwerken navigieren, und durch die Möglichkeit permanenter Teilhabe in Form von „shooting“, „uploading“ und „sharing“ eine neue Realität erleben, bzw. diese erst selbst generieren. Das dieses Verhalten mit spielerischen Elementen vergleichbar ist, ist hinlänglich beschrieben, es ist einzig eben kein ausschließlicher alltagszerstreuender Spaß, sondern verhandelt beinahe existenzielle Fragen sowie soziale und gesellschaftliche Teilhabe. Huizinga schreibt hierzu: „Ich behaupte nicht, dass die Kultur aus dem Spiel hervorgeht, sondern dass sie in dem Spiel wächst, und außerdem, dass sie in manchen Fällen ihren Spielcharakter bewahrt, wo man es nicht erwartet oder sich bewusst ist, kürz wie öfters Spiel und Ernst in der Kultur untrennbar sind oder in einander übergehen.“ (zit. Huizinga, J. 1934, S. 26).

9 Zusammenfassung und Fazit

Zu Beginn der vorliegenden Arbeit wurde die These formuliert, dass sich innerhalb der zeitgenössischen mobilen Bildpraxis eine neue Rolle der Fotografie für die westlich geprägte globale Gesellschaft zeigt. Die Funktion führt weg von der Fotografie als Bild und hin zum Fotografischen als Handlung. Dieser Handlung, die im Folgenden auch als Handlungsgefüge bezeichnet wurde, liegen vor allen Dingen visuelle und soziale Stereotype zu Grunde.

Im Verlauf der Arbeit wurde diese These in einzelne Teilbereiche zerlegt, die jeweils innerhalb eigener Text- und Bildabschnitte separat definiert und untersucht wurden. In einem zusammenführenden Analyseteil wurden schließlich Theorie und Praxis kombiniert ausgewertet.

Zunächst fand innerhalb eines der ersten Kapitel eine Definition und Einordnung der Begriffe „mobile Bildpraxis“ statt (vgl. Kap. 4 Hintergrundinformationen: Was ist Social Media?). Mit „mobiler Bildpraxis“ ist grundsätzlich die Herstellung von Bildern, meistens fotografischen, gemeint, die mit mobilen Endgeräten wie Smartphone-Telefonen aufgenommen werden. Diese Fotografien werden nach der Aufnahme durch digitale online Übertragung im Internet bereitgestellt und über soziale Netzwerke verbreitet. Nutzer, die Mitglieder in solchen sozialen Onlinenetzwerken sind, rezipieren und produzieren jene Fotografien gleichermaßen. Zum besseren Verständnis wurde in die Geschichte und Technik von Internet, Mobiltelefonen, sozialen Netzwerken sowie mobilen Handyapplikationen eingeführt. Demnach ergibt sich folgendes Bild: nämlich, dass das Internet, was bis in die frühen 2000er Jahre hinein noch einen reinen Informationsdienst darstellte, sich gegenwärtig zu einer globalen Kommunikationsplattform entwickelt hat. Dieses ist begründet durch die Einführung sozialer Onlinenetzwerke, deren bekannteste Facebook und Twitter sowie im Bildbereich Instagram sind, und die es Nutzern ermöglichen, eigene Inhalte wie Fotos online zu verbreiten. Der starke Nutzungsanstieg sozialer Netzwerke ergibt sich vor allem aus einer Weiterentwicklung der Handytechnologie in Form der aktuellen Smartphones. Diese Geräte ermöglichen Fotoaufnahmen, sind ununterbrochen mit dem Internet verbunden und Nutzer haben durch Installation verschiedener kleiner Programme, sogenannte Apps, die Möglichkeit, auch unterwegs in den sozialen Netzwerken aktiv zu sein. Facebook, Twitter, Instagram und Co. stellen jeweils eigene Applikationen zur Verfügung. Statistiken belegen, dass allein in Deutschland bereits 2012 mehr als

dreiviertel aller Internetnutzer auch in einem sozialen Netzwerk aktiv waren, in mehr als einem Drittel aller Haushalte stand ein Handy zur Verfügung und in mehr als der Hälfte der Fälle wurde ein Smartphone für die mobile Internetnutzung verwendet - Tendenz steigend.

Soziale Netzwerke dienen vor allem der gemeinsamen Kommunikation, dem Informationsaustausch und der Wissensgenerierung ihrer Nutzer. Aufgrund erheblicher globaler Nutzungsraten lässt sich von einem gesellschaftlichen, also sozialen, Massenphänomen sprechen, welches die Form der täglichen Kommunikation, Wissensgenerierung- und vermittlung sowie die Art, wie Menschen ihre Umwelt wahrnehmen und darin agieren, stark beeinflusst hat und weiter verändern wird.

Dass eine derartige „mobile Bildpraxis“ auch zu einer Sozialisation, also Veränderung der menschlichen Persönlichkeit, beitragen kann und die jeweilige soziale Identität eines Nutzers prägt, wurde in einem weiteren Abschnitt der Arbeit dargestellt (vgl. Kap. 4.4. Wie sozial sind soziale Netzwerke?). Hierbei wurde im Speziellen auf die Möglichkeit eingegangen, dass durch Medien Vorurteile geprägt, also Stereotype herausgearbeitet und innerhalb der Gesellschaft und der einzelnen Individuen verfestigt werden können. Am Beispiel unterschiedlicher Geschlechterrollendarstellungen im Fernsehen und deren Untersuchung durch diverse wissenschaftliche Studien wurde dieses belegt. Medien, und das schließt auch die sozialen Medien mit ein, tragen folglich allgemein zu einer Sozialisation ihrer Nutzer bei, zu der auch die Herausbildung und Verfestigung von Stereotypen zählt. Ein gegenüber externen Einflüssen völlig autonomer Rezipient, der sich aus den diversen ihn umgebenden Angeboten eine persönliche Botschaft konstruiert, ist demnach nicht gegeben.

Neben diesem sozialisierenden Aspekt können Medien, und im Besonderen die sozialen Netzwerke jedoch auch Identität stiftend sein, also zur Bildung einer sozialen Identität beitragen. So wurde zum Ende dieses Abschnitts der Arbeit die Möglichkeit formuliert, Henri Tajfens Theorie der „sozialen Identität“ auf die „mobile Bildpraxis“ zu übertragen. Folgt man dieser Theorie, dann entspringt es einem menschlichen Grundbedürfnis, Teil eines Ganzen, Mitglied einer Gruppe zu sein. Durch soziale Kategorisierung ordnet man sich bestimmten Gruppen zu, was wiederum Teil des gesamten Selbstkonzeptes ist. Innerhalb der „mobilen Bildpraxis“ geschieht nun genau solch eine Kategorisierung der jeweiligen Nutzer durch ihre Teilhabe an den sozialen Netzwerken. Durch die Wahl des jeweiligen Netzwerks und die Art der geteilten Inhalte samt deren Kategorisierung durch das Kenntlichmachen mit Hashtags wird ein

Platz innerhalb eines Systems, in diesem Fall einer Online-Community, eingenommen. Es kann folglich festgehalten werden, dass die „mobile Bildpraxis“ erstens ein soziales und globales Massenphänomen darstellt, zweitens sozialisierend wirksam ist und visuelle wie soziale Stereotype evoziert und festigt und drittens eine soziale Gebrauchsweise ist, indem sie Identität stiftend zur Bildung eines persönlichen Selbstkonzepts beiträgt.

Auf dieser Grundlage aufbauend wurden in einem folgenden Abschnitt dieser Arbeit die wichtigsten Theorien und ihre Autoren vorgestellt, die im weiteren Verlauf zur Untersuchung genutzt wurden (vgl. Kap. 5 Theoretische Grundlagen). Entsprechend des künstlerischen visuellen Materialfundus und der These wurden Theorien zur Zeichentheorie, zu visuellen Stereotypen, zu sozialen Stereotypen und zur Fotografie im Diskurs performativer Kulturen ausgewählt.

Im Zusammenhang mit der Zeichentheorie, der sogenannten Semiotik, wurden zunächst der Wissenschaftler Ferdinand de Saussure und seine Ideen vorgestellt. Diese wurde im Verlauf der Geschichte von diversen anderen Theoretikern, wie zum Beispiel Roland Barthes, weiterentwickelt.

Folgt man de Saussure, dann setzt sich ein Zeichen aus dem Bezeichnenden und dem Bezeichneten zusammen. Der Bezeichnende kann erst dann eine Bedeutung herstellen, wenn das Bezeichnete dazu kommt. Bezeichnendes und Bezeichnetes gehören allerdings nicht selbstverständlich zusammen, sondern ihre Verbindung ist künstlich hergestellt. Hinzu kommt, dass die Rezipienten eines bestimmten Kulturkreises sich auf kulturelle Gemeinsamkeiten einigen können sollten, um Zeichen Bedeutung zukommen zu lassen. Die Bedeutung eines Zeichens wird schließlich erst durch dessen Abgrenzung und den Vergleich zu anderen Zeichen deutlich.

Ähnlich wie bei de Saussures linguistischer Zeichentheorie, kann nun auch nach Barthes durch individuelle Hintergründe ein Bild von mehreren Betrachtern different interpretiert werden. Wie es im Einzelfall gelesen wird, hängt von den jeweiligen Umwelten der Rezipienten ab. Dieses ist dadurch begründet, dass bei der Konnotation die Schwierigkeit auftaucht, ein geeignetes Signifikat zu finden. Erst nach Zuordnung der häufigsten Signifikanten einer Konnotation lassen sich Signifikate zu einer einheitlichen Bildsprache vereinheitlichen. Allerdings bleibt immer eine Restnachricht innerhalb eines Bildes erhalten, da nicht alle Signifikante erkannt und in Konnotationen verwandelt werden können.

Zu den sozialen Stereotypen wurde der Wissenschaftler Stuart Hall und dessen Konzept zur Stereotypenforschung erläutert. Hall thematisiert im Besonderen die Frage, inwieweit spezifische Bilddarstellungen zur Herstellung von kultureller Bedeutung beitragen und zusätzlich an der Schaffung von Stereotypen beteiligt sind. Er stellt dar, dass gegenüberstehende Oppositionen konstruiert werden, um eine deutliche Trennung von eigener und andersartiger Identität zu evozieren. Eine derartige Aufteilung führt zu reduzierten Darstellungen der jeweiligen Oppositionen und baut zusätzlich Machtverhältnisse auf und aus. Die sehr minimierte Sicht auf das jeweils Eigene oder Fremde ist kein realitätsnahes Abbild, sondern beschränkt dessen Komplexität auf bestimmte Attribute und stellt diese als feststehend dar.

Um schließlich den Begriff der Performanz und ihre Anwendungsmöglichkeit innerhalb der Fototheorie zu untersuchen, wurden die Sprechakththeorie John Langshaw Austins und dessen Schüler John Searle als Voraussetzung vorgestellt. Diese besagen, dass eine Äußerung dann performativ ist, wenn sie das, was sie bezeichnet, selbst vollzieht. Sie behandeln als einzelne Sektionen der linguistischen Pragmatik sprachliche Ausführungen, die nicht nur Inhalte wiedergeben, sondern gleichzeitig auch selbst Aktionen durchführen.

Philippe Dubois wiederum übertrug den Begriff des Sprechakts später auf das Visuelle und prägte die Bezeichnung Bildakt, den er auch auf die Fotografie zu beziehen suchte. Horst Bredekamp schließlich beschrieb den Bildakt als eine Form der Performanz, nämlich in der Form, das Bilder das erzeugen, was sie zeigen.

Und Jacques Derrida wiederum führte mit seiner Kritik eine weitere Kategorie hinzu, nämlich den Gedanken, dass kulturelle Performance auch dann stattfindet, wenn innerhalb medialer Kommunikation kulturelle Muster wiederholt werden.

Nachdem innerhalb der Arbeit die theoretischen Grundlagen vorgestellt wurden, folgte ein Abschnitt zur Dokumentation und Erläuterung des künstlerisch praktischen Forschungsteils. Dieser wurde im Verlauf als Materialfundus zur weiteren Analyse genutzt (vgl. Kap. 6 Künstlerische Arbeit und Materialfundus).

Entsprechend dem theoretischen Teil dieser Arbeit wurde sich auf die Handyfotografie und hier im weitesten Sinn auf das Selbstportrait konzentriert. Innerhalb eines ersten Werkkomplexes wurde das „D(uck)F(ace) Portrait Archiv“ und das „E(ssen) Portrait Archiv“ erstellt. Beide Archive bestehen aus einer Sammlung von je 120 Fotos, die durch eine wiederkehrende Geste gekennzeichnet sind, oder, wie bei den Es-

sensaufnahmen, immer ähnlich gestaltete Fotografien von Essbarem zeigen. Es handelt sich bei der Auswahl um eine rein subjektive Entscheidung und hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Für die Präsentation wurden ca. 1000 Fotografien in der Größe je 9x13 cm aus einem der Archive ausgedruckt und im Raum verstreut. Die jeweilige Ausstellungssituation konnte dabei unterschiedlich sein.

Aus den zusammengestellten Archiven entwickelte sich in der Folge die „Expanded Pictures“-Installation. Diese interaktive Arbeit besteht aus einem Videoloop, der auf acht Monitoren abgespielt wird. Die Monitore liegen flach und ungeordnet auf einem Sockel und sind an einen Computer angeschlossen. Auf dem mit dem Internet verbundenen Computer ist eine Programmierung installiert, die den Videoloop koordiniert. Innerhalb einer Ausstellungssituation ist es möglich, mit dem eigenen Handy ein Selbstportrait zu fotografieren und dieses an die Installation zu schicken. Nachdem ein Foto aufgenommen und versendet wurde, erscheint es nach wenigen Minuten auf den Monitoren. Im vorbereiteten Loop werden stets 20 Bilder abgespielt, immer, wenn ein neues Foto dazukommt wird ein älteres Foto gelöscht. Die aus dem Loop gelöschten Bilder gehen allerdings nicht verloren, da sie auf dem Computer gespeichert bleiben und so für die späteren theoretischen Auswertungen nutzbar sind.

Die Installation „Expanded Pictures“ stellt den Versuch dar, nachvollziehbar zu machen, wie der Handlungsablauf von Personen aussieht, die ein „Selfie“ mit dem Handy fotografieren und dieses im Anschluss daran online hochladen, um es mit anderen Menschen zu teilen. Gleichzeitig wird überprüft, inwieweit sich die Handlung des Fotografierens mit dem Handy im Alltag bereits automatisiert hat, so dass Personen eventuell ohne zu zögern an dem Experiment teilnehmen. Es wird ferner überprüft, welche Bildsprache die eingebrachten Fotos sprechen, ob sich Stereotype erkennen lassen und ob sie den zuvor gesammelten Archivfotos aus dem Internet (DF Archiv) entsprechen.

Um den Aspekt der Handlung, also das Fotografische als Handlung, innerhalb eines Feldexperiments noch weiter zu überprüfen, wurde die „Expanded Pictures“-Installation in der Folge noch einmal weiterentwickelt. Das weiterentwickelte Experiment besteht nun lediglich aus der Handlungsanweisung: „What if you send a selfie to a friend?“. Es wird damit der Versuch unternommen, eine rein performative Arbeit zu schaffen, die dennoch fotografisch ist.

Der letzte Teil der künstlerischen Untersuchungen, „The Alphabet of Stereotypes“, zeigt den Prozess der künstlerischen Forschung in Form von Artefakten, assoziativen Objekten, Hintergrundinformationen wie Tabellen und Programmierungscodes. Es bleibt hier allerdings bei rein ästhetischen Assoziationen, die für die folgenden theoretischen Überlegungen und in Bezug zu den vorangestellten Theorien keine Relevanz haben. Es bestand anfänglich die Vermutung, weiterreichende Rückschlüsse aus diesem Teil der Arbeit ziehen zu können, was sich nicht bestätigt hat. Das „Alphabet of Stereotypes“ bildet daher einen typischen Schritt innerhalb des künstlerischen Forschungsablaufs. Es zeigt Gedankengänge auf, die nicht weiter verfolgt wurden, da keine hinreichenden Ergebnisse, bis auf ästhetische Qualitäten, zu erwarten waren.

In einem nächsten Abschnitt der Arbeit wurden nun die vorangestellten Theorien in Kombination mit den künstlerischen Arbeiten und unter Berücksichtigung visueller Stereotypen in den sozialen Netzwerken, visueller und sozialer Stereotypen durch die Handyfotografie und dem Fotografischen als Handlung untersucht (vgl. Kap. 7 Analyse).

Zunächst fand eine Analyse des Bildarchivs der Duckface-Profilfotos sowie in Teilen der Essenfotos statt. Es wurde untersucht, inwieweit visuelle Stereotype zu erkennen sind, wodurch diese begründet sein könnten und ob sie zu einer einheitlichen Bildsprache beitragen. Hierbei wurde grundsätzlich festgestellt, dass der Apparat, folglich das Smartphone selbst, bereits für eine gewisse Stereotypenbildung der hiermit produzierten Fotos verantwortlich ist. Durch technische Gegebenheiten wie Objektiv- und Pixelqualität, Haltung der Kamera durch die Nutzer, sich daraus ergebender Aufnahmewinkel und -abstand, sowie die verwendeten Apps weisen Handyfotos schon von vornherein eine gewisse Ähnlichkeit auf. Dieses entspricht auch der Theorie des Medienphilosophen Vilém Flusser, der davon ausgeht, dass Kameras Apparate sind, die in ihrer Funktion mit den Nutzern verschlungen arbeiten und aufgrund ihrer Programmierung vorhersehbare Bilder produzieren. Eine dem Massengeschmack entsprechende einheitliche Bildsprache ist die Folge. Unwahrscheinliche Bilder, die gegen den Apparat spielen, würden dieses auflösen. Ein solcher Gebrauch der gegenwärtigen Smartphonekameras ist jedoch weder beim Duckface-Archiv noch bei den Essenfotos festzustellen.

Eine detailliertere Untersuchung der Duckfacefotos zeigte weiterhin, dass die Geste des Duckfaces als Zeichen im Sinne der Zeichentheorie de Saussures und Barthes verwendet wurde. Es unterteilt sich in Signifikant und Signifikat und erhält durch seine starke Übertreibung erst eine besondere wahrnehmbare Bedeutung. Dieses kann auch der Grund sein, warum die dargestellten Personen eine solch extreme Geste verwenden. Es scheint der unbedingte Wille vorhanden zu sein, sich von anderen abzugrenzen, bzw., sich einer bestimmten Bedeutung zuzuordnen. Da sich die Produzenten und Rezipienten der Duckfacefotos meist in gleichen sozialen Netzwerken bewegen, ist das Vorhandensein eines gemeinsamen kulturellen Codes zur Interpretation der verwendeten Zeichen vorauszusetzen. Das von Barthes als Schwierigkeit beschriebene Auffinden eines geeigneten Signifikats innerhalb der Konnotation dürfte hierbei nicht gegeben sein. Die häufigsten Signifikanten einer Konnotation sollten sich zumindest innerhalb der Netzgemeinde schnell finden und die Signifikate entsprechend vereinheitlichen lassen. Hieraus entsteht eine einheitliche Bildrethorik der Nutzer, die via Handy aufgenommene und über soziale Netzwerke verbreitete Selbstportraits produzieren und schließlich rezipieren.

Dass sich durch den Gebrauch von Smartphones und den damit immer stärker verbreiteten Social-Media-Plattformen Gesten wie das „Selfie“ als eine einheitliche Bildsprache herauskristallisieren können, hat ebenfalls der Kunsthistoriker Wolfgang Ullrich untersucht. Innerhalb einer vergleichenden Analyse kommt er zu dem Schluss, dass „Emoticons“ und „Selfies“ eine einheitliche Weltsprache darstellen. Gemütszustände, aber auch konkrete Situationen, sind nach Ullrich hierüber für alle Menschen gleichermaßen verständlich. Kleine kulturelle Unterschiede werden sich mit der Zeit ausgleichen und sich zu einer einheitlichen Bildrethorik vermischen.

Aktuell belegen Untersuchungen, dass es zumindest regional dennoch weiterhin Unterschiede in der Ästhetik von zum Beispiel „Selfies“ gibt. Sollte die „mobile Bildpraxis“ aber weiterhin global derartig zunehmen, wie in den letzten Jahren geschehen, ist es durchaus denkbar, dass sich immer mehr eindeutige Stereotype wie das hier beschriebene „Duckface“ heraus bilden.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wurde das Essensarchiv hinsichtlich sozialer Stereotypenbildung durch die Handyfotografie untersucht. Vor allem anhand des sogenannten „Kulinarischen Dreiecks“ des Ethnologen Claude Levi-Strauss wurde zunächst gezeigt, dass eine sehr starke Verbindung zwischen der Art, wie Speisen zubereitet

werden und der jeweiligen Gesellschaftsform an sich besteht. In welcher Weise die Nahrung zu sich genommen wird, hängt bei jedem Einzelnen von in der Gesellschaft vorhandenen Konventionen ab. Sich zu ernähren ist nach Lévi-Strauss ein Beziehungsgefüge aus vom Menschen konstruierten Symbolen und stellt keinen natürlichen Prozess mehr dar. Das Essensfotoarchiv eignete sich folglich sehr gut, um daraus Rückschlüsse auf zum Beispiel soziale Kategorisierungen und Stereotypen durch die Handyfotografie zu ziehen.

Die Theorien des Soziologen Stuart Hall wurden nun zu einer näheren Untersuchung auf die Essensfotos übertragen. Bei einer ersten Bildbetrachtung und -beschreibung fiel zunächst auf, dass sich die einzelnen Abbildungen sehr deutlich in Form und Art der abgebildeten Speisen voneinander unterschieden. Auch die jeweiligen Besonderheiten der einzelnen Essen wurden durch die Art der Aufnahme jeweils nochmals verstärkt vom Bildproduzenten herausgearbeitet. Es konnten außerdem verschiedene Essen zu Lifestylekategorien, wie zum Beispiel sportlich, gesund, genussbetont, ungesund oder edel klassifiziert werden, um nur einige Möglichkeiten zu nennen. Grundsätzlich entsprachen die Bilder in ihrer allgemeinen Ästhetik außerdem den technischen Vorgaben der Handyfotografie, wie Objektiv- und Pixelqualität oder Haltung der Kamera.

Im Sinne Halls kann nun davon ausgegangen werden, dass besondere Unterschiede in der Art des fotografierten Essens als symbolische Grenzen zwischen dem Eigenen und dem Fremden und daher zu einer sozialen Zuordnung zu einer gesellschaftlichen Gruppe und zur Definition der eigenen Identität der Bildproduzenten genutzt wurden. Der vorherrschende gesellschaftliche Diskurs legte dabei fest, welches Essen zuvor wie zubereitet wurde. Dass ein Essen mehr angesehen ist als ein anderes, wurde bei der Bildproduktion nicht hinterfragt, sondern, wie die Ergebnisse zeigten, wurde dieser Diskurs nur fortgeführt.

Innerhalb der abgebildeten Essensfotos war eine teilweise stark übertriebene Darstellungsweise der für das jeweilige Essen typischen Details auffällig. Diese Merkmale verstärkten die Bedeutungen der einzelnen Essensfotos zusätzlich, sie verknappten sie aber auch und reduzierten sie auf die jeweilige Symbolik des Gerichts. Es sind Verkürzungen, die sich innerhalb der schnellen online Kommunikation leicht einprägen und zu einer direkten Reproduktion von stereotypen Abbildungsweisen führen. Sie machen die soziale Zugehörigkeit der Bildproduzenten sehr schnell deutlich. Eine reduzierte Sicht auf „das Eigene“ und „das Fremde“ ist auch nach Hall kein

realitätsnahes Abbild, sondern reduziert dessen Vielschichtigkeit auf bestimmte Kennzeichen und stellt diese als endgültig dar.

Es kann folglich festgehalten werden, dass die Essensfotos des innerhalb dieser Arbeit zusammengestellten Archivs explizit in ihrer Unterschiedlichkeit, aber mit ihrer besonderen symbolischen Aufladung, stereotype Bilder darstellen und zu einer Wiederholung derselben beitragen. Die Produzenten solcher Aufnahmen nutzen diese, um eine bestimmte Position innerhalb der Gesellschaft, bzw. verschiedener online Netzwerke einzunehmen. Indem sie sich der vorhandenen Kategorisierungen bedienen, verfolgen sie ein soziales Stereotyp und tragen darüber hinaus nochmals zu dessen Verbreitung bei.

Innerhalb eines letzten Teils dieses Analyseabschnitts der Arbeit wurden schließlich die künstlerischen Feldexperimente, also die interaktive Installation „Expanded Pictures“, sowie deren Weiterentwicklung als reine performative Arbeit in Bezug zu den vorangestellten Theorien zur Performanz untersucht. Ergänzend wurden drei Beispiele angeführt, die ebenfalls zur Analyse genutzt wurden. Diese waren die Handyapplikation „Snappchat“, Ergebnisse eines „Welt online“ Berichts aus dem Jahr 2016 sowie Beispiele aus den „Emoticon“-Vorlagen des Anbieters Facebook.

Bei der App „Snappchat“ handelt es sich um ein soziales Netzwerk, über das vor allem Bildinhalte geteilt werden, mit der Besonderheit, dass diese Bilder bei den Empfängern nach wenigen Sekunden sofort wieder gelöscht werden. Bei den Ergebnissen des „Welt online“-Berichts handelt es sich um Interviews mit jugendlichen Nutzern von „Snappchat“ sowie Forschungsergebnisse zur Nutzung derselben. Bei den „Emoticons“ von Facebook handelt es sich um kleine Bilder, die Nutzer ihren Beiträgen hinzufügen können, um sie emotional zu unterstreichen.

In der Analyse wurde betrachtet, inwieweit sich das Fotografische als Handlung darstellt und ob es als solche zu bezeichnen ist. Es konnte Folgendes festgestellt werden:

Die jüngste Internetentwicklung an online Netzwerken, „Snappchat“, zeigt, dass Fotos, die innerhalb einer mobilen internetbasierten Bildpraxis entstehen, nicht mehr als Dokumentationsmittel genutzt werden. Sie dienen der Kommunikation, dem Moment des Aufnehmens des Fotos, des „Sharings“ mit Freunden und deren eventueller direkter Reaktion - dies alles allerdings nur kurzfristig. Folgt man den Interview- und Forschungsergebnissen des Berichts der „Welt online“, dann kommt es bei der Über-

tragung der Fotos mit „Snappchat“ noch nicht einmal mehr auf die Inhalte der übermittelten Bilder, also der immanenten Nachrichten, an. Es ist den Nutzern schlicht unwichtig, was sie mitteilen, es scheint ausschlaggebend zu sein, dass sich mitgeteilt wird. Das Vorgehen und das Ergebnis einer solchen Handhabung lässt sich ebenfalls mit den zuvor beschriebenen Theorien zur Performanz und Performativität von Dubois und Bredekamp in Bezug setzen. Demnach kann eine derartige Bildpraxis nach Dubois als „Bildakt“ klassifiziert werden, da die Funktion der Fotografien nicht mehr unabhängig von dem sie generierenden Akt zu sehen ist. Ohne die Aktion des Aufnehmens, Hochladens und „Sharings“ gäbe es soweit keinen inhaltlichen Sinn, denn, wo nichts dokumentiert werden soll, bleibt lediglich die Handlung selbst, die eine eigene Wirklichkeit erschafft. Auch Bredekamp geht davon aus, dass Bilder, in diesem Kontext produziert, nichts mehr repräsentieren sollen. Im Gegensatz zu Dubois, der die handelnden Personen in den Vordergrund stellt, sind es nun bei Bredekamp die Bilder selbst, die aus sich heraus einen Einfluss auf die Bildproduzenten und -nutzer und deren Wahrnehmungen, Gedanken sowie Handlungen haben. Im Vergleich zu „Snapchat“ und der gegenwärtigen mobilen Bildpraxis liegt der Grund des Bildes nicht darin, einen Augenblick festzuhalten, sondern begründet sich aus dem Vorhaben des Teilens einer Fotografie innerhalb eines sozialen Netzwerks. Das später aufgenommene Bild wird bereits vor der Aufnahme mit diesem Vorhaben belegt. Dieses stellt insofern einen performativen Akt dar, da das Produkt, folglich das Foto, welches online geteilt wird, bereits vor der Aufnahme Teil eines Gefüges ist. Es evokiert Wahrnehmungen, Handlungen und Gedanken darüber, was es später bewirken könnte und ist der Grund für den Bildakt selbst.

Beide Ansätze, sowohl Dubois als auch Bredekamps, ließen sich innerhalb der Untersuchung auch auf die künstlerischen Feldexperimente, also die interaktive Installation „Expanded Pictures“ als auch auf deren reine performative Weiterentwicklung, übertragen. Die Bildergebnisse entsprachen den diskutierten Theorien ebenso wie die teilnehmenden Personen danach handelten.

Welcher der beiden Ansätze, ob der Bildakt nach Dubois mit seinem Schwerpunkt auf handelnden Personen, oder das Bildhandeln nach Bredekamp, größere Relevanz hat, lässt sich allerdings nicht bestimmen. Beide Perspektiven sind denkbar.

Schließlich wurde ein weiterer Aspekt in diesem Zusammenhang untersucht, und zwar Derridas Theorie, dass eine performative Äußerung auch dann gelingen kann, wenn es sich um ein Zitat oder um ein Ritual innerhalb bekannter gesellschaftlicher

Codes handelt. Hierfür wurden vor allen Dingen die gesammelten Fotos ausgewertet, die durch die interaktive Installation „Expanded Pictures“ generiert wurden. Alle Bilder zeigten durchweg stereotype Selbstportraits, die im Vergleich mit „Emoticons“, wie Facebook sie als Vorlage bereit hält, sehr starke Ähnlichkeiten aufwiesen und sich scheinbar der gleichen westlichen Codierung bedienten. Aufgrund der bekannten Codierung kann davon ausgegangen werden, dass die Fotos von potentiellen Rezipienten interpretierbar sind. Im Sinne Derridas wäre besonders das Duckface-Portrait des jungen Mannes (vgl. Abb. in der Mitte, S. 102 dieser Arbeit) als kulturelle Performance gelungen, da hier eine ironische Umwandlung stattfindet. Die sonst meist von weiblichen Nutzern ausgeführte Duckface-Geste erfährt eine ironische Brechung, und es entsteht eine Verschiebung auf der Bedeutungsebene.

Die Bilderergebnisse der interaktiven Installation „Expanded Pictures“ zeigen außerdem erneut, dass innerhalb des in dieser Arbeit als Handlungsgefüge bezeichneten Geflechts aus Aufnahme, Hochladen, Teilen und Rezipieren der Handyfotografie besonders (visuelle) Stereotype entstehen und diese endlos zitiert werden. Diese Stereotype liegen einem derartigen Bildakt zugrunde, stellen diesen aber auch gleichzeitig her.

Innerhalb eines letzten Analyseteils dieser Arbeit wurde schließlich die mögliche neue Rolle der Fotografie innerhalb der mobilen digitalen Bildpraxis untersucht (vgl. Kap. 8 „Shoot, upload, share: Die neue Rolle der Fotografie?“).

Hierzu wurde zunächst eine theoretische Position der deutschen Professorin für Philosophie, Sybille Krämer, vorgestellt, die Überlegungen zu sogenannten Internet-Interaktionen angestellt hat. Sie formuliert in verschiedenen Texten, dass es bei der gegenwärtigen mobilen digitalen Bildpraxis, bestehend aus Fotoaufnahme-, Upload- und Sharing im Internet um eine Art kollektives gesellschaftliches Spielen gehen muss, das vom eigentlichen Alltag ablenken soll. Der Unterschied zwischen dieser Form der Kommunikation und direkter Kommunikation besteht nach Krämer darin, dass nicht zwischen den einzelnen Nutzern, sondern zwischen digitalen Bildern kommuniziert wird. Hierbei ist nicht der Inhalt von Bildern von Bedeutung, sondern das, was sich während einer Kommunikation zwischen ihnen ereignet. Ein Teil dieses kollektiven Onlinespiels ist es, unaufhörlich neue Bilder zu produzieren und diese via sogenannter Hashtags online zu distribuieren.

Dass ein Funktionswandel bzw. mehrere Funktionen ein und desselben Kommunikationsmediums möglich sind, machte bereits der Sprachwissenschaftler Roman Jakobson 1960 anhand eines von ihm weiterentwickelten sechsteiligen Kommunikationsmodells zwischen einem Sender und einem Empfänger deutlich. Dieses Modell wurde im weiteren Verlauf dieses Abschnitts der Arbeit vorgestellt und erläutert. Jakobson bezog sein Modell zunächst auf die Sprache und klassifizierte sechs verschiedene Teile, nämlich die Bereiche Nachricht, Sender und Empfänger sowie die Funktionen Kontext, Kontakt und Code. Der Sender steht in Bezug zum Kontext, Sender und Empfänger sollten gleichermaßen auf den Code zugreifen können. Der Kontakt ist die Grundvoraussetzung, dass Kommunikation überhaupt geschehen kann. Innerhalb einer Kommunikation ist, je nach Kontext, eine der Funktionen stets dominant. Fehlt eine Funktion, ist eine Kommunikation nicht möglich. Dieses Modell wurde nun innerhalb der Arbeit beispielhaft auf die Fotografie bezogen.

Es konnte festgestellt werden, dass vor allen Dingen zwei Funktionen für die im Zusammenhang der digitalen mobilen Bildpraxis entstandenen Fotos dominant waren. Entweder lag eine Funktion in der ununterbrochenen Kommunikation und Aufrechterhaltung derselben oder in der Selbstvergewisserung der Bildproduzenten, die sich durch ihre Bilder emotiv bestimmten gesellschaftlichen Gruppen zuordneten. Der Code spielte eine wichtige, aber keine dominante Rolle, da er sich durch die Distribution und Rezeption der Bilder im Netz ergab, aber eher ein Resultat als eine bewusste Setzung darstellte. Kontext, Nachricht und Empfänger bildeten Aspekte derartiger Kommunikation, hatten aber keine besondere dominante Funktion.

Die auf diese Weise klassifizierten Funktionen der mobilen digitalen Fotografie ließen allerdings weitere Punkte offen, die durch das Funktionsmodell von Jakobson so nicht erfasst werden konnten, die aber bei der Betrachtung der gegenwärtigen mobilen Bildpraxis von Relevanz zu sein scheinen.

Im Unterschied zu Jakobsons Modell treten innerhalb der Online-Bildkommunikation meist mehrere Empfänger und Sender auf, die einzelnen Funktionen sind außerdem untereinander vernetzter kombiniert. Durch diese Pluralität entwickelt sich eine Kommunikation, die nicht mehr tradiert mit einem einzelnen Sender-Empfängermodell entspricht. Da Kontexte zusätzlich meist eher unwichtig oder teilweise gar nicht gegeben sind, müsste eine Kommunikation nach Jakobson oftmals völlig scheitern, da eine Funktion wegbreicht. Es lässt sich folglich fest-

stellen, dass innerhalb der mobilen Bildpraxis nicht von einer Kommunikation nach Jakobson und im tradierten Sinn zu sprechen ist.

Um die gegenwärtige mobile Bildpraxis angemessen zu beschreiben, müssten wechselseitige Bezüge zwischen den Funktionen sowie mehrere Empfänger und Sender, folglich eine unbestimmte Öffentlichkeit, in das Funktionsmodell integriert werden. Das Zusammenspiel der digitalen mobilen Fotografie, welches sich aus dem Wechsel von Aufnahme, Hochladen, Teilen, Empfangen, Rezipieren und deren Wiederholung zusammensetzt, könnte so besser wiedergegeben werden. Es handelt sich demnach nicht um eine normale Kommunikation, sondern um das vielfach innerhalb dieser Arbeit beschriebene Handlungsgefüge der Fotografie.

In diesem Zusammenhang konnte auch die Theorie von Sybille Krämer bestätigt werden. Die innerhalb dieser Arbeit herausgearbeiteten, sich selbst reproduzierenden visuellen und sozialen Stereotype, die während der digitalen mobilen Bildpraxis erzeugt werden, entsprechen dem, was Krämer als ‚Interkonizität‘ bezeichnet. Sie stellen das Verhältnis zwischen den Bildern dar, also das, was während der Bildkommunikation mit dem Handy und über soziale Onlinenetze zwischen den Bildern passiert. Wie Krämer von einem kollektiven Online-Spiel zu sprechen, scheint folglich das Handlungsgefüge der gegenwärtigen mobilen Bildpraxis zutreffender zu beschreiben, als es das jakobsonsche Funktionsmodell tut.

Weiterhin stellt Krämer auch heraus, dass es sich bei dem genannten Online-Spiel um eine Ablenkung vom Alltag handeln muss. Dieser Gedanke wurde auch von Kathrin Peters aufgegriffen, die in diesem Zusammenhang von „Life Style“ als einer Vermutung spricht, um was „gespielt“ werden könnte.

In einem letzten Abschnitt dieses Teils der Arbeit wurde schließlich überprüft, inwieweit diese Zuschreibungen in Bezug zu bekannten Spieltheorien wie der des Kulturhistorikers Johan Huizinga stehen. Huizinga schuf bereits 1938 den Typ des Homo Ludens und damit eine anthropologische Sicht auf den Menschen und dessen Kulturfähigkeit. Soziale Interaktion sowie die menschliche Entwicklung der Kultur sind demnach die bedeutendsten Kennzeichen des Spiels. Es funktioniert als Mittel menschlicher Kommunikation und Interaktion, aber auch zur Verhandlung gesellschaftlicher Prozesse. Neben dem Spiel im traditionellen Sinn können ebenso Bereiche aus Technik, Politik, Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft Spielelemente enthalten. Ein Beispiel des Medientheoretikers Knut Ebeling zeigte in diesem Zusammenhang, dass das Spiel im Alltag weit mehr als nur ein einfacher Spaß sein kann. Ebe-

ling verglich hier die internationale Finanzkrise und ihre Mechanismen mit Prozessen des Glücksspiels und leistete damit eine Anschlussfähigkeit des Konzepts des Homo Ludens an die heutige Zeit. Es lässt sich kritisieren, dass dies ein waghalsiger Vergleich zu sein scheint. In Bezug zur gegenwärtigen digitalen mobilen Bildpraxis verschwimmen die Grenzen zwischen Spiel und Ernst allerdings ebenso.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das, was von Krämer und Peters als ästhetisches Spiel und Zerstreuung des Alltags bezeichnet wurde, für viele Nutzer von sozialen Onlinenetzwerken längst zur tatsächlichen Realität geworden ist. Die ästhetischen, soziologischen und medienphilosophischen Untersuchungen innerhalb dieser Arbeit haben gezeigt, dass sich die mobile digitale Bildpraxis zu einer ritualisierten und von visuellen sowie sozialen Stereotypen geprägten Handlung entwickelt hat. Es lässt sich von einem Handlungsgefüge der Fotografie sprechen, das als selbstreferentielles System in gegenseitiger Relativität visuelle und soziale Stereotype evoziert und produziert. Dieses wird erst ermöglicht durch internetfähige Smartphonekameras, die ein permanentes Aufnehmen, Hochladen, Teilen und Rezipieren von Bildern innerhalb sozialer Onlinenetzwerke gestatten. Hieraus resultiert eine neue Funktion der Fotografie, bei der nicht mehr deren abbildendes oder repräsentierendes Potential, sondern der performative Akt der Bildherstellung, also die handelnden Personen oder die Performanz der Bilder selbst in den Fokus gerückt ist. Für die Nutzer selbst bedeutet das Navigieren innerhalb des Handlungsgefüges aus Handyfotografie, Internet und sozialen Onlinenetzwerken die Zuordnung zu gesellschaftlichen Gruppen und die Bildung einer sozialen Identität. Die Möglichkeit permanenten „shootings“, „uploadings“ und „sharings“ kommt einer Selbstvergewisserung der Nutzer gleich, es ist Existenz stiftend und generiert eine neue Realität. Wer daran nicht teilnimmt, ist innerhalb der sozialen online community nicht integriert - was zunehmend auf die gesamte reale Gesellschaft übertragbar ist.

Die mobile digitale Bildpraxis lässt sich ebenso mit spielerischen Elementen vergleichen, bedeutet aber längst keine spaßbetonte Alltagszerstreuung mehr. Sie verhandelt hingegen existenzielle Fragen sowie soziale und gesellschaftliche Teilhabe.

10 Ausblick

Innerhalb der vorliegenden Arbeit wurde eine komplexe künstlerische Werkgruppe entwickelt, die aus dem genannten Duckface Archiv, dem Essensfotoarchiv, der interaktiven Installation samt den dazugehörenden generierten Portraitfotos der Teilnehmer sowie weiterführenden visuellen Überlegungen besteht. Diese künstlerischen Arbeiten dienten im Verlauf als Materialfundus und wurden in Kombination mit den beschriebenen Theorien sowie recherchierten Interviews und Statistiken zur Analyse genutzt. Ziel war es, die vorangestellte These zu belegen. Es handelt sich hierbei, wie beschrieben, um ein qualitatives Vorgehen, das sich polymethodisch interdisziplinärer Forschungsmethoden bedient. Der entscheidende Vorteil dieser Vorgehensweise lag darin, dass sämtliche Ergebnisse aus direkt gewonnenen Eindrücken abgeleitet werden konnten. Allerdings lassen selbst gleiche Erfahrungen und identische Bedingungen bei verschiedenen Menschen meist einen differenten Eindruck zurück und werden ebenso verschieden interpretiert. Folglich implizieren gesammelte Erfahrungen offenbar auch immer eine subjektive Komponente. Durch diese Subjektivität ergeben sich Grenzen innerhalb der vorliegenden Arbeit, die es anzuerkennen gilt.

Eine Möglichkeit, dem entgegenzuwirken, bestünde zum Beispiel in einer Erweiterung der Arbeit, nämlich, die zusammengestellten Archive auszubauen. Statt der jeweils 120 gesammelten Duckface- und Essensfotos könnten die Archive zum Beispiel mit bis zu je 1000 Bildern aufgestockt werden. Ergänzend zu den innerhalb dieser Arbeit exemplarisch analysierten Einzelfotos könnte auf diese Weise eine quantitative Auswertung erfolgen, was die exemplarische Untersuchung nochmals fundieren würde. Allerdings ergäben sich hierbei keine neuen Erkenntnisse. Unter den Hashtags #foodporn und #duckface lassen sich bei Facebook und Instagram Millionen Bilder, ähnlich denen der innerhalb dieser Arbeit gesammelten Bilder, finden. Diese sind täglich und von jedermann im Internet abrufbar. Für diese Arbeit gesammelte Fotos aus den Jahren 2014 und 2016 wiesen keinerlei Veränderungen in ihrer Ästhetik auf, weshalb auf eine quantitative Ausdehnung der Archive verzichtet wurde. Das Gleiche gilt für die durchgeführten Feldexperimente der „Expanded Pictures“ Installation. Auch diese lieferte über einen Zeitraum von 2 Jahren immer wieder ähnliche Ergebnisse.

Weitere Forschungsmöglichkeiten im Feld des innerhalb dieser Arbeit untersuchten Handlungsgefüges der Fotografie ergeben sich vor allen Dingen durch die in der Zu-

kunft zu erwartenden Entwicklungen von Computer-, Handy- und Netzwerktechnologie. Bereits heute lassen sich Geräte wie das Fotohandy mit seinen unzähligen Funktionen durchaus auch als Körpererweiterungen des Menschen betiteln. In Umfragen gaben 70% der Befragten an, ihr Smartphone ähnlich einer Körpergliedprothese immer bei sich zu tragen, und dies mit einer steigenden Tendenz (vgl. Hahn 2013). Allerdings handelt es sich bei dem Begriff „Körpererweiterung“, folglich Prothesen, im tradierten Sinn doch eher um mechanische Werkzeuge, die das Leben vereinfachen bzw. verlorengegangene Fähigkeiten ersetzen sollen.

Aktuell ist die Computer- und Netzwerktechnologie auf dem besten Weg, durch ihre Entwicklungen Prozesse zu beschleunigen und voranzutreiben, die für ihre Nutzer erst einmal eine abstrakte Wissenschaft darstellen. So können zum Beispiel Empfindungen wie heiß und kalt bereits über implantierte Sensoren und Mikrochips an das Gehirn geschickt werden und menschliche Sinneswahrnehmungen erweitern (vgl. Senft-Werner, I. 2010). Computer, Tablets und Handys sind nach Ansicht des Medienwissenschaftlers Peter Weibel auf dem Sprung, immer mehr mit dem Gehirn des Menschen eine Einheit zu bilden. "Web 3.0 läuft darauf hinaus, dass der Rechner quasi eine Ausdehnung des Gehirns wird - eine Art Hirn-Prothese" (zit. Weibel, P. 2010), heißt es bei dem Leiter des Zentrums für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe (ZKM) in einem Interview mit der „Welt online“. So experimentieren Wissenschaftler mit Prototypen, die durch die Bewegungen der Augen oder die Strömungen des Gehirns bedient werden können. Die Verwendung eines Touchscreens oder überhaupt eines externen Apparats wie das Handy scheint folglich in der Zukunft obsolet zu werden. Da das Gehirn mit elektrischen Strömen arbeitet, könnten diese mit einem Computer vernetzt werden. Schon bald erreichte das im Internet gespeicherte Wissen und dessen Netzwerkstruktur dann auf diesem Weg das Gehirn und wäre dort wiederzufinden und nutzbar (vgl. Senft-Werner, I. 2010). "Wir haben Wikipedia dann im Kopf", sagt Weibel (zit. Weibel, P. 2010) und laut ihm eine folgerichtige Entwicklung: "Der Mensch ist ein Prothesen-Gott. Nach dem künstlichen Hüftgelenk und dem künstlichen Herz ist jetzt das künstliche Hirn an der Reihe" (zit. Weibel, P. 2010).

Die Körpererweiterung Computer könnte also in der Zukunft die menschlichen Möglichkeiten des Erkenntnisgewinns und deren Nutzung sowie die Art der Kommunikation erheblich erweitern. "Was wir heute als paranormal bezeichnen, könnte schon bald Normalität sein" (zit. Weibel, P. 2010), heißt es dazu bei Weibel.

In Bezug zur aktuellen mobilen digitalen Bildpraxis stellt sich die Frage, was geschieht, wenn innerhalb des sogenannten Handlungsgefüges der Fotografie womöglich kein externer Apparat mehr benötigt wird, sondern Bilder direkt durch den menschlichen Körper und implantierte Sensoren aufgenommen und global vernetzt werden könnten? Käme dies dem von Marshall MacLuhan postulierten Endergebnis aller Entwicklungen der Medien nahe? „Auf der letzten Stufe kommt die Struktur des Medialen gleichsam zu sich selbst: Elektrizität ist das ‚An sich‘ der Medien, die reine Medialität ohne Materialität und Botschaft“ (zit. Mersch, D. 2006, S. 126), heißt es bei ihm.

Bereits 2010 wurde am Heinrich-Hertz-Institut in Berlin ein sogenanntes iPoint3D System erfunden, über das Bildschirme bedient werden können, ohne, dass eine Berührung stattfinden muss (vgl. Martin-Jung, H. 2010). Sobald eine derartige Technologie in der alltäglichen Medienpraxis angekommen wäre, würden die Menschen letztendlich in einer Art Nichts agieren und kommunizieren. Gemeint ist zum Beispiel eine komplett interaktive Umgebung, die ständig präsent ist und daher nicht mehr wahrgenommen wird.

Hieran ist auch eine Theorie anschlussfähig, die im Wissenschaftsdiskurs als sogenannte ANT bekannt ist. Bei dieser Akteur-Netzwerk-Theorie handelt es sich um einen theoretischen Gesellschaftsentwurf, der bereits in den 1980er-Jahren von Soziologen wie Michel Callon und Bruno Latour in Frankreich entwickelt wurde. Das Grundprinzip der ANT ist, dass sie das Soziale nicht ausschließlich als etwas begreift, was zwischen Menschen geschieht, sondern immer auch Dinge und Konzepte miteinbezieht und deren Verbindung untereinander deutlich macht. Wichtig ist ebenso, dass die ANT den Begriff der Handlung neu definiert. Als Handelnde kommen nicht allein Menschen in Frage, sondern eben auch Dinge, Objekte und Konzepte, die innerhalb eines sozialen Netzwerks agieren bzw. dieses überhaupt erst bilden. Die ANT versucht nun herauszufinden, wie sich diese Netzwerke formieren, um wiederum als eine Einheit zu agieren (vgl. Lexikon der Geographie, ‚Akteursnetzwerktheorie‘). Als ein Beispiel aus dem wirklichen Leben könnte man den Arbeitsplatz nennen, der als Interaktionsraum Mitarbeiter, Führungskräfte sowie deren Arbeitskonzepte, aber auch Inventar (Stühle, Schreibtische etc.) und Technik (Computer, Alarmanlagen etc.) miteinbezieht. Der Arbeitsplatz stellt einerseits ein Netzwerk dar, kann aber auch selbst zu einem Akteur werden und als komplette Einheit agieren. Folgt man der ANT, sind derartige Netzwerke einerseits stets temporär und im Wan-

del, andererseits ermöglicht der Austausch von natürlichen und technischen Eigenschaften erst stabile soziale Beziehungen innerhalb der Gesellschaft (vgl. Lexikon der Geographie, ‚Akteursnetzwerktheorie‘).

Dass das Konzept der Akteur-Netzwerk-Theorie auch auf eine Untersuchung von Medien anwendbar ist, beschreibt die Medienwissenschaftlerin Andrea Seier bereits 2013 innerhalb eines Beitrags für das Heft „Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung“ (vgl. Seier, A. 2013): „Die Annahme, dass Medien *mehr* sind als neutrale Zwischenglieder zwischen Sendern und Empfängern, die an Prozessen der Ver- und Übermittlung eigene Anteile unterhalten, ist für die Akteur-Netzwerk-Theorie zentral, wenngleich sie kein Spezifikum dieses Theoriemodells darstellt.“, heißt es bei ihr (zit. Seier, A. 2013, S. 150).

In Bezug der innerhalb dieser Arbeiten unternommenen Untersuchungen zum sogenannten Handlungsgefüge der Fotografie wären weitere Forschungen zur digitalen mobilen Bildpraxis innerhalb des Diskurses der ANT ebenfalls denkbar. Besonders mit dem Blick auf die zuvor beschriebenen und zu erwartenden technischen Entwicklungen hybrider Mensch-Maschine-Interaktionen scheint es sinnvoll, die ANT als Ergänzung und Fortführung der Forschung heranzuziehen. „Eine Entgrenzung des Medienbegriffs, in der sämtliche Prozesse der Re- und Destabilisierung von Handlungsmacht *a/s* Mediatisierungsprozesse erfasst werden können, erscheint [...] mit der Akteur-Netzwerk-Theorie machbar oder sogar naheliegend [...]“, heißt es bei Seier (zit. Seier, A. 2013, S. 150).

11 Literatur und Bildnachweis

- Amazon.de: *Fotografisches Handeln. Das fotografische Dispositiv - Rezension*, Amazon Europe Core S.a.r.l., Luxemburg, www.amazon.de/Fotografisches-Handeln-fotografische-Dispositiv-Band/dp/3894455128 (abg. Sept. 2016)
- Amelunxen, Hubertus von/ Kemp, Wolfgang (Hrg.) (2006): *Theorie der Fotografie. Band I-IV. 1839-1995*, Schirmer und Mosel Verlag, München
- Austin, John Langshaw (1955): *How to do Things with Words*, Sbisá, M./ Urmsson, J.O. (Hrg.), 2. Überarbeitete Aufl., Harvard University Press, Cambridge/ US 1975
- Austin, John Langshaw (1955a): *Zur Theorie der Sprechakte (How to do things with Words)*, von Savigny, Eike (Übers.), Reclam Verlag, Stuttgart 1986
- Ant, Marc/ Nimmerfroh, Christina/ Reinhard, Christina (2013): *Effiziente Kommunikation. Theorie und Praxis am Beispiel „Die 12 Geschworenen“*, Springer-Verlag, Heidelberg
- Adamowsky, Natascha (2000): *Spielfiguren in virtuellen Welten*, Campus Verlag, Frankfurt am Main
- Barthes, Roland (1961): *Le message photographique*, in: Communications 1, Seuil, Paris
- Barthes, Roland (1964): *Rhetorik des Bildes*, in: Texte zur Theorie der Fotografie, Reclam, Stuttgart 2010
- Barthes, Roland (1964a): *Rhétorique de l'image*, in: Communications 4, Seuil, Paris
- Barthes, Roland (1980): *Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie*, Suhrkamp, Frankfurt a. Main 1985
- Baur, Andreas/ Stiegler, Bernd/ Thürlemann, Felix (Hrg.) (2013): *Wozu Bilder? Gebrauchsweisen der Fotografie*, Snoeck, Köln
- Beck, Ludwig (2004): *Was ist Globalisierung*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. Main
- Becker, I./ Lockemann, B./ Köhler, A./ Krahn, A. K./ Sandrock, L. (Hrg.) (2016): *Fotografisches Handeln. Das fotografische Dispositiv*, Band 1, Jonas Verlag, Kromsdorf
- Benjamin, Walter (1931): *Kleine Geschichte der Photographie*, in: Walter Benjamin Medienästhetische Schriften, Suhrkamp, Frankfurt a. Main 2002
- Benjamin, Walter (1935): *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, in: Schöttker, Detlev (Hrg.): Walter Benjamin. Medienästhetische Schriften, Suhrkamp, Frankfurt a. Main 2002
- BITKOM - Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue

- Medien e.V. (2013a): *Soziale Netzwerke 2013. Dritte, erweiterte Studie. Eine repräsentative Untersuchung zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet*, Bitkom Research GmbH, Berlin, www.bitkom.org/Publikationen/2013/Studien/SozialeNetzwerke-dritte-erweiterte-Studie/SozialeNetzwerke-2013.pdf (abg. Juli 2016)
- BITKOM - Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (2013b): *Mobile Nutzung sozialer Netzwerke voll im Trend*, Bitkom Research GmbH, Berlin, www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mobile-Nutzung-sozialer-Netzwerke-voll-im-Trend.html (abg. Juli 2016)
- Boberg, Oliver (2009): *Fiktionen des Authentischen*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg
- Böker, Karl-Hermann/ Demuth, Ute/ Thannheiser, Achim/ Werner, Nils (2013): *Social Media - Soziale Medien? Neue Handlungsfelder für Interessenvertretungen*, edition 281, Hans Böckler Stiftung, Setzkasten GmbH, Düsseldorf
- Bourdieu, Pierre (1982): *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Suhrkamp, Frankfurt a. Main (französisch: *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris 1979)
- Bourdieu, Pierre u.a. (1983): *Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie*, Europäische Verlagsanstalt, Frankfurt a. Main
- Bibliographisches Institut GmbH: *Semiotik*, in: Duden online Wörterbuch, Dudenverlag, Berlin, www.duden.de/rechtschreibung/Semiotik (abg. Sept. 2016)
- Bibliographisches Institut GmbH: *sozial*, in: Duden online Wörterbuch, Dudenverlag, Berlin, www.duden.de/rechtschreibung/sozial (abg. Juli 2016)
- Bredekamp, Horst (2010): *Theorie des Bildakts. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2007*, Suhrkamp, Frankfurt a. Main
- Bühler, Karl (1965): *Sprachtheorie*, 2. Aufl., Fischer Verlag, Stuttgart
- Chandler, Daniel (2007): *Semiotics: The Basics*, Routledge, New York
- Deppner, Roman (2009): *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen - Vorwort*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg
- DFG Graduiertenkolleg 1843: *Das Fotografische Dispositiv*, www.dasfotografischedispositiv.de (abg. Aug. 2016)
- Derrida, Jacques (1988): *Signatur Ereignis Kontext*, in: *Randgänge der Philosophie*, 1. Aufl., Passagen Verlag Gesellschaft, Wien
- Drinkmann, Arno/ Groeben, Norbert (1989): *Metaanalysen für Textwirkungsfor-*

schung. *Methodologische Varianten und inhaltliche Ergebnisse im Bereich der Persuasionswirkung von Texten*, Deutscher Studien Verlag, Weinheim

- Dubois, Philippe (1998): *Der fotografische Akt. Versuch über ein theoretisches Dispositiv*, Verlag der Kunst, Dresden/ Amsterdam

- Ebeling, Knut (2014): *Johan Huizinga. Das Spielelement der Kultur. Spieltheorien nach Johan Huizinga von Georges Bataille, Roger Caillois und Eric Voegelin*, Ebeling, Knut (Hrg.), Matthes & Seitz, Berlin

- Ebers, Stefan: *Mobilfunk-Geschichte, Daten und Fakten zu Mobilfunk in Deutschland*, Telespiegel Medien Verlag, Hannover, www.mobilfunk-geschichte.de/zeittafel.html (abg. Mai 2015)

- Eipeldauer, Heike (2011): *Texte original de Heike Eipeldauer*, in: Jean-Paul Dumas-Grillet News, www.jeanpauldumasgrilletnews.blogspot.de/2011/08/texte-original-de-heike-eipeldauer.html (abg. Aug. 2016)

- Evers, Dunja (2009): *Der künstlerische Akt als performativer Prozess*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg

- Facebook: *Fühlen*, in: Facebookprofil Sarah Straßmann, www.facebook.com/profile.php?id=100001590972875 (abg. Juni 2016)

- Felfe, Robert (2009): „*It's a generous medium, photography*“ - *Fotografische Bildakte bei Francesca Woodman und Lee Friedlander*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg

- Flusser, Vilém (1989): *Für eine Philosophie der Fotografie*, 4. Aufl., European Photography, Göttingen

- Flusser, Vilém (1999): *Ins Universum der technischen Bilder*, 6. Aufl., European Photography, Göttingen

- Frueh, Terry/ McGhee, Paul E. (1975): *Traditional sex role development and amount of time spent watching television*, in: *Developmental Psychology*, 11. Jg., Nr. 1, American Psychological Association, Washington

- Fotomuseum Winterthur (2009): *Karaoke - Bildformen des Zitats*, in: Fotomuseum Winterthur, www.fotomuseum.ch/de/explore/exhibitions/21719_karaoke_photographic_quotes (abg. Aug. 2016)

- Gaal, Miklos (2009): „*Aufgespießte Schmetterlinge*“. *Ein E-Mail-Interview mit Lars Mextorf*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg

- Grabs, Anne/ Bannour, Karim-Patrick (2012): *Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co.*, 2. Aufl., Galileo Computing, München
- Gründl, Martin: *Kindchenschema*, in: Beautycheck. Schönheit ist messbar, Gründl, Martin (Hrg.), Manching, www.beautycheck.de/cmsms/index.php/kindchenschema (abg. Juli 2016)
- Hahn (2013): *Wenn das Smartphone den Alltag bestimmt*, in: trend.at, news network internet service GmbH, Wien, www.trend.at/technik/mobile/wenn-smartphone-alltag-368303 (abg. Sept. 2016)
- Hall, Stuart (1997): *The Spectacle of the ‚Other‘*, in: Cultural Representation and Signifying Practices, Hall, Stuart (Hrg.), Sage Publications, London
- Hall, Stuart (1997a): *The Work of Representation*, in: Cultural Representation and Signifying Practices, Hall, Stuart (Hrg.), Sage Publications, London
- Handschack, Mirjam (2012): *Smartphones und Tablets dominieren die private Mediennutzung - Apps bevorzugt*, in: Interrogate Trendstudie 2012, Interrogare GmbH, Bielefeld, www.interrogare.de/Trendstudie2012 (abg. Mai 2015)
- Hofstätter, Peter R. (1966): *Einführung in die Sozialpsychologie*, Kroner, Stuttgart
- Huizinga, Johan (1934): *Das Spielelement der Kultur*, in: Johan Huizinga. Das Spielelement der Kultur. Spieltheorien nach Johan Huizinga von Georges Bataille, Roger Caillois und Eric Voegelin, Ebeling, Knut (Hrg.) Matthes & Seitz, Berlin 2014
- Huizinga, Johan (1939): *Homo Ludens. Versuch einer Bestimmung des Spielelementes in der Kultur*, Pantheon/ Akademische Verlagsanstalt, Amsterdam
- Hurrelmann, Klaus/ Ulich, Dieter (1991): *Neues Handbuch der Sozialisationsforschung*, Beltz, Weinheim
- InSites Consulting nv (2011): *Social media around the world*, in: SlideShare, www.slideshare.net/stevenvanbellegghem/social-media-around-the-world-2011 (abg. Juli 2016)
- Jakobson, Roman (1960): *On Language*, Harvard University Press, Cambridge/ USA
- Jakobson, Roman (1960a): *Linguistics and Poetics in Style in Language*, MIT Press, Cambridge/ USA
- Jennings, Joyce/ Geis, Florence L./ Brown, Virginia (1980): *Influence of television commercials on women's self-confidence and independent judgement*, in: Journal of Personality and Social Psychology, Nr. 38, American Psychological Association, Washington

- Kehrer Verlag: *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen* - Rezension, in: Kehrer Verlag - Programm, Kehrer Verlag, Heidelberg, www.artbooksheidelberg.de/html/detail/de/fotografie-im-diskurs-performativer-kulturen-978-3-939583-42-4.html (abg. Sept. 2016)
- Kiecolt, Jill K. / Sayles, Marnie (1988): *Television and the Cultivation of Attitudes Toward Subordinate Groups*, in: *Sociological Spectrum*, 8. Jg., Nr. 1, Taylor & Francis (Routledge), London
- Kothenschulte, Daniel (2012): *Aura auf Knopfdruck*, in: *Stadtrevue - Das Monatsmagazin für Köln*, Stadtrevue Verlag GmbH, Köln, www.stadtrevue.de/archiv/archivartikel/2830-aura-auf-knopfdruck/ (abg. Mai 2013)
- Krämer, Sybille (1997): *Vom Mythos „Künstliche Intelligenz“ zum Mythos „Künstliche Kommunikation“ oder: Ist eine nicht-anthropomorphe Beschreibung von Internet-Interaktionen möglich?*, in: *Mythos Internet*, Munker, Stefan/ Roesler, Alexander (Hrg.), Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Krämer, Sybille (2005): *Die Welt - ein Spiel? Über die Spielbewegung als Umkehrbarkeit*, in: *Fotomuseum Winterthur* (Hrg.), *Situations*, Fotomuseum Winterthur, Winterthur/ CH, www.situations.fotomuseum.ch/portfolio/sybillekramer/ (abg. Aug. 2016) (deutsche Originalfassung: www.userpage.fu-berlin.de/~sybkram/media/downloads/Die_Welt_-_ein_Spiel.pdf, abg. Aug. 2016)
- Küchenhoff, Erich (1975): *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*, Kohlhammer, Stuttgart
- Laech, Edmund (1991): *Claude Lévi-Strauss zur Einführung*, Junius Verlag, Hamburg
- Leister, Wiebke (2009): *Apropos Laughter in Photography*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg
- Lehmann, Annette Jael (2009): *Mathew Bradys Illustrious Americans. Inszenierte Porträts in den USA des 19. Jh.*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg
- Lexikon der Geographie: *Akteursnetzwerktheorie*, in: Spektrum.de, Spektrum der Wissenschaft Verlag, Heidelberg, www.spektrum.de/lexikon/geographie/akteursnetzwerktheorie/222 (abg. Sept. 2016)
- Lukesch, Helmut (1999): *Das Forschungsfeld „Mediensozialisation“ - eine Übersicht*, in: Roters, Gunnar/ Brosius, Hans-Bernd, (Hrg.), *Mediensozialisation und Medienverantwortung. Schriftenreihe / Forum Medienrezeption*, 2. Aufl., Nomos, Baden-

Baden

- Maccoby, Eleanore E./ Jacklin, Carol N. (Hrg.) (1975): *The psychology of sex differences*, Stanford University Press, Stanford
- Manovichs, Lev: *Selficity*, www.selfiecity.net/#imageplots (abg. Juli 2016)
- Marcinkowska, Urzula (2014): *Volle Lippen und große Augen bevorzugt*, in: Frankfurter Allgemeine Wissen, Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt a. Main, www.faz.net/aktuell/wissen/leben-gene/studie-mit-frauengesichtern-volle-lippen-und-grosse-auge-bevorzugt-12915619.html (abg. Juli 2016)
- Martin-Jung, Helmut (2010): *Das Ende der Maus*, in: Süddeutsche Zeitung online, Süddeutsche Zeitung GmbH, München, www.sueddeutsche.de/computer/993/462609/text (abg. Febr. 2015)
- Mersch, Dieter (2006): *Medientheorien zur Einführung*, Junius Verlag, Hamburg
- Müller-Pohle, Andreas (2001): *Philosoph des Apparats*, in: European Photography - Art Magazine, Jg. 2001, Heft 70, Berlin
- Nauber, Teresa (2016): *Darum postet Ihr Kind jetzt alles auf Snapchat*, in: Die Welt online, WeltN24 GmbH, Berlin, www.welt.de/gesundheit/psychologie/article155268476/Darum-postet-Ihr-Kind-jetzt-alles-auf-Snapchat.html (abg. Mai 2016)
- Niedermayr, Walter (2009): „*Das Medium ist nur das Mittel zum Zweck*“. *Ein Gespräch mit Lars Mextorf*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg
- Nöth, Winfried (2000): *Handbuch der Semiotik*, 2. Aufl., J. B. Metzler, Stuttgart
- Nünning, Ansgar (Hrg.) (2008): *Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie*, 4. Aufl., Metzler, Stuttgart
- Peirce, Charles Sanders (1931-1935): *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Bd. 1–6/ 7-8, Hartshorne, C./ Weiss, P./ Burks, A. W. (Hrg.), Harvard University Press, Cambridge/ MA. 1958
- Peirce, Charles Sanders/ Pape, Helmut (Hrg.) (1983): *Phänomene und Logik der Zeichen*, Suhrkamp, Frankfurt am Main
- Pelz, Heidrun (2000): *Linguistik. Eine Einführung*, 5. Aufl., Hoffmann und Campe, Hamburg
- Peters, Kathrin: *Sofort-Bilder. Aufzeichnung, Distribution und Konsumtion von Wirklichem unter dem Vorzeichen der Digitalfotografie*, www.medienkunstnetz.de/themen/foto_byte/sofort_bilder/10/ (abg. Juni 2016)
- Ross, Laurie/ Anderson, Daniel R./ Wisocki, Patricia A. (1982-2006): *Television*

- viewing and adult sex-role attitudes*, in: Sex Roles. A Journal of Research, Band 8, Ausgabe 6, Kluwer Academic Publishers-Plenum Publishers, Norwell/ US
- Rucktäschel, Annamarie (1991): *Zur Diskriminierung von Frauen in den Medien*, BPS-Report, 2/91, Nomos-Verlagsgesellschaft, Baden-Baden
 - Saussure, Ferdinand de (1916): *Cours de linguistique generale*, in: Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft, 3. Aufl., Sechehay, Albert/ Bally, Charles (Hrg.), de Gruyter, Berlin 2001
 - Schenk, Herrad (1979): *Geschlechtsrollenwandel und Sexismus. Zur Sozialpsychologie geschlechtsspezifischen Verhaltens*, Beltz, Weinheim
 - Schnettler, Sebastian (2013): *Six Themes of Six Degrees* - Vorwort, in: Small world research, Schnettler, Sebastian (Hrg.), Sage Publishing, London
 - Searle, John R. (1969): *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge University Press, Neuaufl., Cambridge
 - Seier, Andrea (2013): *Von der Intermedialität zur Intermaterialität*, in: Engell, Lorenz/ Siegert, Bernhard (Hrg.), Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung: Schwerpunkt ANT und die Medien, Heft 2, Felix Meiner Verlag, Hamburg
 - Senft-Werner, Ingo (2010): *Web 3.0 - Computer als Erweiterung des Gehirns*, in: Die Welt online, WeltN24 GmbH, Berlin, www.welt.de/11286114 (abg. Febr. 2015)
 - Sontag, Susan (1980): *Über Fotografie*, Fischer Taschenbuchverlag, Frankfurt a. Main
 - Spielmann, Yvonne (2009): *Reflexion des Fotografischen im visuellen Diskurs*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), Fotografie im Diskurs performativer Kulturen, Kehrer Verlag, Heidelberg
 - Staffelt, Sven (2008): *Einführung in die Sprechakttheorie: Ein Leitfaden für den akademischen Unterricht*, Stauffenburg Verlag, Tübingen
 - Statista (2013): *Anteil der Internetnutzer in Deutschland von 2001 bis 2013*, in: Statista - Das Statistikportal, Statista GmbH, Hamburg, www.statista.com/statistik/daten/studie/13070/umfrage/entwicklung-der-internetnutzung-in-deutschland-seit-2001 (abg. Mai 2015)
 - Statista (2014a), *Anzahl der Downloads mobiler Apps in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2012 sowie eine Prognose für 2014*, in: Statista - Das Statistikportal, Statista GmbH, Hamburg, www.statista.com/statistik/daten/studie/168038/umfrage/anzahl-der-downloads-mobiler-apps-in-deutschland-seit-2009 (abg. Mai 2015)

- Statista (2014b), *Anteil mobiler Internetnutzer in Deutschland bis 2014*, in: Statista - Das Statistikportal, Statista GmbH, Hamburg, www.statista.com/statistik/daten/studie/197383/umfrage/mobile-internetnutzung-ueber-handy-in-deutschland (abg. Juli 2016)
- Steimels, Dennis (2012): *Wie alles begann: Die Geschichte des Smartphones*, in: PC Welt online, IDG Tech Media GmbH/ PC-Welt, München, www.pcwelt.de/ratgeber/Handy-Historie-Wie-alles-begann-Die-Geschichte-des-Smartphones-5882848.html (abg. Mai 2015)
- Steuer, Philipp (2016): *Snap me if you can*, www.snapmeifyoucan.net (abg. Juli 2016)
- Stiegler, Bernd (2006): *Bilder der Photographie: Ein Album photographischer Metaphern*, Suhrkamp Verlag, Berlin
- Stiegler, Bernd (2009): *Performanz als Strategie*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrler Verlag, Heidelberg
- tns infratest (2011): *Mobile Life: Rich-Media-Funktionen und Social Media beflügeln Mobilkommunikation*, in: Informationszentrum-Mobilfunk, Lichtblick Kommunikation, Leonberg, www.informationszentrum-mobilfunk.de/sites/default/files/Mobiles%20Leben_Mobile_Life.pdf (abg. Juli 2016)
- Stockard, Jean/ Johnson, Miriam M. (1980): *Sex Roles. Sex Inequality and Sex Role Development (Prentice-Hall Sociology Series)*, Prentice Hall College Div, Englewood Cliffs
- Stollenwerk, Thomas (2014): *Foodporn - Was Essensfotos im Social Web bedeuten*, in: Essen & Trinken, BIORAMA GmbH, Wien/ AU, www.biorama.eu/foodporn-fotos-von-essen/ (abg. Juli 2016)
- Tajfel, Henry (1982): *Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen*, Verlag Huber, Bern
- Stremmel, Kerstin (2009): *Popgeschmack. Karaoke. Bildformen des Zitats. Eine Ausstellung im Fotomuseum Winterthur*, in: Photonews - Zeitung für Fotografie, Verlag Denis Brudna, Hamburg
- Ullrich, Wolfgang (2015): *Von Rembrandt zum Selfie*, in: Ideenfreiheit. Der Blog von Wolfgang Ullrich, www.ideenfrieheit.files.wordpress.com/2015/10/selfies-als-weltsprache1.pdf (abg. Juli 2016)
- van Eimeren, Birgit/ Frees, Beate (2012): *76 Prozent der Deutschen online - neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie*

- 2012, in: Media Perspektiven, Heft 7/8 2012, ARD-Werbung SALES & SERVICES, Frankfurt a. Main, www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2012/artikel/76-prozent-der-deutschen-online-neue-nutzungssituationen-durch-mobile-endgeraete (abg. Juli 2014)
- Volli, Ugo (2002): *Semiotik: Eine Einführung in ihre Grundbegriffe*, UTB, Stuttgart
 - Weibel, Peter (2010): *Web 3.0 - Computer als Erweiterung des Gehirns*, in: Die Welt online, WeltN24 GmbH, Berlin, www.welt.de/11286114 (abg. Febr. 2015)
 - Weiderer, Monika (1993): *Das Frauen- und Männerbild im Deutschen Fernsehen. Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTLplus*, Reihe Medienforschung, Band 3, Roderer, Regensburg
 - Wieland, Ann-Katrin (2015): *Studie: Frauenanteil in den Nachrichten steigt*, in: Hochschule der Medien - News, Hochschule der Medien Stuttgart, Stuttgart, www.hdm-stuttgart.de/kontakt/sitemap/view_news?ident=news20151126092640 (abg. Juli 2016)
 - Wikipedia: *Kulturwissenschaften/ Cultural studies*, in: Wikipedia - Die freie Enzyklopädie, www.wikipedia.org/wiki/Kulturwissenschaft (abg. Sept. 2016)
 - Wikipedia: *Cultural turn*, in: Wikipedia - Die freie Enzyklopädie, www.wikipedia.org/wiki/Kulturwissenschaft (abg. Sept. 2016)
 - Wirth, Uwe (Hrg.) (2002): *Performanz. Zwischen Sprachphilosophie und Kulturwissenschaften*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. Main
 - Wolf, Herta (Hrg.) (2003): *Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Bd. 2*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt a. Main
 - Wolpers, Stefan: *Hashtag*, in: Gründerszene - Lexikon, Vertical Media GmbH, Berlin, www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/hashtag (abg. Sept. 2016)
 - Wübben, Yvonne (2009): *Index und Objektivität in Lokalisationsdarstellungen von der Phrenologie bis zum Neuroimaging*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg
 - Zika, Anna (2009): *Bild wird Mode. Mode wird Bild. Fotografie und Lifestyle ...*, in: Deppner, Martin Roman (Hrg.), *Fotografie im Diskurs performativer Kulturen*, Kehrer Verlag, Heidelberg

12 Quellennachweis Archive

12.1. Duckface Archiv

- DF Quelle Abb. 1: AnnieLiez, #duckface, www.facebook.com/AnnieLiez/photos/a.119644111609.115430.35847211609/10143709166566610 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 2: violina_kotelska, #duckface, www.instagram.com/violina_kotelska (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 3: JessPatter, #duckface, www.facebook.com/JessPatter/photos/a.119644113609.115430.35847211607/10143309166566210 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 4: vero0488_, #duckface, www.instagram.com/vero0488_ (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 5: winda.awk, #duckface, www.instagram.com/winda.awk (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 6: SaraJones, #duckface, www.facebook.com/SaraJones/photos/a.119644313609.115130.35847711607/10143379166564210 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 7: rebi089, #duckface, www.instagram.com/rebi089 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 8: AnnieLiez, #duckface, www.facebook.com/AnnieLiez/photos/a.119644111609.115430.35847211609/10143709166566610 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 9: nia__uk, #duckface, www.instagram.com/nia__uk (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 10: s0m3rfield, #duckface, www.instagram.com/s0m3rfield (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 11: saraxxparzych, #duckface, www.instagram.com/saraxxparzych (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 12: shelviawt , #duckface, www.instagram.com/shelviawt (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 13: monica.g_gomes , #duckface, www.instagram.com/monica.g_gomes (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 14: LisaTehpunkt, #duckface, www.facebook.com/LisaTehpunkt/photos/a.119644111509.115430.34847211607/10143509166546630 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 15: zeineb_touns, #duckface, www.instagram.com/zeineb_touns (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 16: SinaBerlin, #duckface, www.facebook.com/SinaBerlin/photos/a.119644311509.115440.34847411607/101435029168546632 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 17: ZenMartyria, #duckface, www.facebook.com/ZenMartyria/photos/a.119344311509.115490.34847411907/102435039168544632 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 18: missclassybow, #duckface, www.instagram.com/missclassybow (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 19: mirryma, #duckface, www.instagram.com/mirryma (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 20: laau_djab, #duckface, www.instagram.com/laau_djab (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 21: trinegadeberg, #duckface, www.instagram.com/trinegadeberg (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 22: ChrissPina, #duckface, www.facebook.com/ChrissPina/photos/a.129654311519.113440.34847411667/101435029158546632 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 23: x.lovely_world.x, #duckface, www.instagram.com/x.lovely_world.x (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 24: katarzyna_teresa, #duckface, www.instagram.com/katarzyna_teresa (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 25: nuria_pujante, #duckface, www.instagram.com/nuria_pujante (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 26: olexisjot, #duckface, www.instagram.com/olexisjot (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 27: jonna_anika, #duckface, www.instagram.com/jonna_anika (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 28: sorrycouldntfindausername, #duckface, www.instagram.com/sorrycouldntfindausername (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 29: miss_h.andmade, #duckface, www.instagram.com/miss_h.andmade (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 30: mrs_selina_maria, #duckface, www.instagram.com/mrs_selina_maria (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 31: n3pp1, #duckface, www.instagram.com/n3pp1 (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 32: nnabrno__, #duckface, www.instagram.com/nnabrno__ (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 33: lena__otr, #duckface, www.instagram.com/lena__otr (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 34: elainaloves1, #duckface, www.instagram.com/elainaloves1 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 35: cagla.y2, #duckface, www.instagram.com/cagla.y2 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 36: arwaonline, #duckface, www.instagram.com/arwaonline (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 37: andi_dorfman, #duckface, www.instagram.com/andi_dorfman (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 38: alessia_luk, #duckface, www.instagram.com/alessia_luk (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 39: _bmitchell15_, #duckface, www.instagram.com/_bmitchell15_ (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 40: blackdollemma, #duckface, www.instagram.com/blackdollemma (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 41: LauriKloe, #duckface, www.facebook.com/LauriKloe/photos/a.129654311529.133440.34887411667/101445029157546630 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 42: iriskasiliska, #duckface, www.instagram.com/iriskasiliska (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 43: heather.d.horton, #duckface, www.instagram.com/heather.d.horton (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 44: JaquiStar, #duckface, www.facebook.com/JaquiStar/photos/a.129653311429.113440.34884411667/103445029152543630 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 45: blubunny19, #duckface, www.instagram.com/blubunny19 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 46: AnneSophieTres, #duckface, www.facebook.com/AnneSophieTres/photos/a.139654311429.113450.34886411667/103475029852543630 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 47: dia_de_los_lindsey, #duckface, www.instagram.com/dia_de_los_lindsey (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 48: dagermxn, #duckface, www.instagram.com/dagermxn (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 49: szymanska, #duckface, www.instagram.com/aldona.szymanska (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 50: #duckface, www.facebook.com/178113715545332/photos/a.178114058878631.35005.178113715545332/178114062211964 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 51: chrysintagram, #duckface, www.instagram.com/chrysintagram (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 52: carmen.vanderheide, #duckface, www.instagram.com/carmen.vanderheide (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 53: agaa.cie, #duckface, www.instagram.com/agaa.cie (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 54: oneamazingmiss, #duckface, www.instagram.com/oneamazingmiss (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 55: MounyaRezzie, #duckface, www.facebook.com/MounyaRezzie/photos/a.139654311469.113457.34888411669/103475129852343630 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 56: oksi_oksi, #duckface, www.instagram.com/oksi_oksi (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 57: CoriniTchie, #duckface, www.facebook.com/CoriniTchie/photos/a.131654312469.133457.34488411569/603475129752343830 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 58: ClaireLaute, #duckface, www.facebook.com/ClaireLaute/photos/a.139854311479.113657.35888411664/103435122852343130 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 59: mielina__87, #duckface, www.instagram.com/mielina__87 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 60: JuliaNaczrovka, #duckface, www.facebook.com/JuliaNaczrovka/photos/a.138654317469.113657.35888411649/133475129252343631 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 61: jesscaaah_, #duckface, www.instagram.com/jesscaaah_ (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 62: klaudiaa96, #duckface, www.instagram.com/klaudiaa96 (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 63: JaniPitzch, #duckface, www.facebook.com/JaniPitzch/photos/a.199654311469.113857.34888411769/103455129832343130 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 64: jericcapearson, #duckface, www.instagram.com/jericcapearson (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 65: janna____95, #duckface, www.instagram.com/janna____95 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 66: elizabethminett, #duckface, www.instagram.com/elizabethminett (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 67: ehuny, #duckface, www.instagram.com/ehuny (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 68: JaguarLondon, #duckface, www.facebook.com/JaguarLondon/photos/a.192654391469.113857.34888418769/1034551269832343110 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 69: cherry_potterxox, #duckface, www.instagram.com/cherry_potterxox (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 70: Alexelona, #duckface, www.facebook.com/Alexelona/photos/a.199354311469.118857.34888211769/103455159832343230 (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 71: baharg_84, #duckface, www.instagram.com/baharg_84 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 72: b_limani, #duckface, www.instagram.com/b_limani (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 73: ashleyyhooijer, #duckface, www.instagram.com/ashleyyhooijer (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 74: anna_sanden, #duckface, www.instagram.com/anna_sanden (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 75: anitalebek, #duckface, www.instagram.com/anitalebek (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 76: ambitious_ami, #duckface, www.instagram.com/ambitious_ami (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 77: 4kxn2tlyn0, #duckface, www.instagram.com/4kxn2tlyn0 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 78: _as_94, #duckface, www.instagram.com/_as_94 (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 79: ___beckeee___, #duckface, www.instagram.com/___beckeee___ (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 80: daphne_schneider, #duckface, www.instagram.com/daphne_schneider (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 81: ZemineAras, #duckface, www.facebook.com/ZemineAras/photos/a.313881742019712.71802.113498212058067/970106809730532 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 82: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=917706511671083&set=a.147928175315591.28046.100002952275426 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 83: BettyAusdemtannenwald, #duckface, www.facebook.com/BettyAusdemtannenwald/photos/a.1966543114696113857.348884117695103455125832343120/?type=3&theater (abg. Juni 2014)
- DF Quelle Abb. 84: AlexandriatheRed, #duckface, www.facebook.com/AlexandriatheRed/photos/a.568846016507943.1073741848.430697073656172/712768595449017 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 85: #duckface, www.facebook.com/477245669028168/photos/a.477265985692803.1073741830.477245669028168/998183103601086 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 86: dani.planetradio, #duckface, www.facebook.com/dani.planetradio/photos/a.157853757576682.31945.152802894748435/1251211021574278 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 87: 1roseny, #duckface, www.facebook.com/1roseny/photos/a.455827134443992.123594.156075421085833/1394403807252982 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 88: OksanaAlma, #duckface, www.facebook.com/397696683660719/photos/a.422525217844532.1073741832.397696683660719/963463670417348 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 89: MiyabiKawai, #duckface, www.facebook.com/359077110935754/photos/a.368436136666518.1073741828.359077110935754/637694236407372 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 90: tatjanacatic, #duckface, www.facebook.com/tatjanacatic/photos/a.140388462778069.32080.140379952778920/427993740684205 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 91: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=1050786594997739&set=a.547919388617798.1073741835.100001992262076 (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 92: OfficialTarynMaria, #duckface, www.facebook.com/OfficialTarynMaria/photos/a.1594077307472312.1073741828.1593931274153582/1655129384700437 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 93: OfficialKatieCassidy, #duckface, www.facebook.com/OfficialKatieCassidy/photos/a.757349270989439.1073741828.757344064323293/1002820836442280 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 94: NawellMadaniOfficiel, #duckface, www.facebook.com/NawellMadaniOfficiel/photos/a.268124489958781.47644.265954396842457/840201992751025 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 95: lamKavyaKumar, #duckface, www.facebook.com/lamKavyaKumar/photos/a.1479550085598314.1073741830.1406278242925499/1696764860543501 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 96: DannieRielFanPage, #duckface, www.facebook.com/DannieRielFanPage/photos/a.10152039882988266.1073741842.24463488265/10152864339293266 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 97: DannieRielFanPage, #duckface, www.facebook.com/DannieRielFanPage/photos/a.10150151184388266.358030.24463488265/10153308634438266 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 98: AngelikaEwaTuro, #duckface, www.facebook.com/AngelikaEwaTuro/photos/a.470052906468625.1073741828.466371896836726/685639208243326 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 99: andreewatters, #duckface, www.facebook.com/andreewatters/photos/a.411669011175.191402.10137271175/10153013000636176 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 100: AmelZen, #duckface, www.facebook.com/AmelZen/photos/a.525655924199278.1073741830.153226821442192/825341837564017 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 101: ellewinterx, #duckface, www.facebook.com/ellewinterx/photos/a.166844173440248.14721.162078360583496/411294072328589 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 102: XimenaDuque, #duckface, www.facebook.com/XimenaDuque/photos/a.119644111609.113430.35849211609/10153709167566610 (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 103: thefitmomdiana, #duckface, www.facebook.com/thefitmomdiana/photos/a.1435550930000298.1073741827.1435389210016470/1704236863131702 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 104: SylviaFelisaOfficial, #duckface, www.facebook.com/SylviaFelisaOfficial/photos/a.876319605792856.1073741828.872552312836252/890676291023854 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 105: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=1720914414788894&set=a.1414964635383875.1073741838.100006110563182 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 106: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=1565342813778088&set=a.1409357166043321.1073741837.100009071537567 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 107: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=1177966272225083&set=a.478590838829300.107059.100000351636302 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 108: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=973169792761638&set=a.347173718694585.78587.100002058790020 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 109: officialbrittanyamason, #duckface, www.facebook.com/officialbrittanyamason/photos/a.163292103700758.42987.124505334246102/997603650269595 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 110: NicoleCherry, #duckface, www.facebook.com/NicoleCherry/photos/a.511102745633905.1073741826.415421245202056/887224464688396 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 111: modelzoeyylee, #duckface, www.facebook.com/modelzoeyylee/photos/a.473492976114854.1073741830.404691499661669/630567483740735 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 112: anarizomusic, #duckface, www.facebook.com/anarizomusic/photos/a.700900266658716.1073741828.699571696791573/943983389017068 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 113: ThatsHeartOfficial, #duckface, www.facebook.com/ThatsHeartOfficial/photos/a.152660024859147.14470.152487828209700/349156885209459 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 114: sanela.topmodel2014, #duckface, www.facebook.com/sanela.topmodel2014/photos/a.262718950604850.1073741827.262525343957544/390167904526620 (abg. Sept. 2016)

- DF Quelle Abb. 115: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=1757901777823646&set=a.1392768607670300.1073741828.100008115212501 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 116: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=615872201870862&set=a.361645413960210.1073741838.100003442647211 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 117: #duckface, www.facebook.com/photo.php?fbid=208963199487656&set=a.144792705904706.1073741828.100011219327863 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 118: JuliaVariOficial, #duckface, www.facebook.com/JuliaVariOficial/photos/a.218410941650266.1073741832.216648411826519/659182444239778 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 119: JessicaCarrilloOficial, #duckface, www.facebook.com/JessicaCarrilloOficial/photos/a.353645284677341.78640.353074014734468/809708452404353 (abg. Sept. 2016)
- DF Quelle Abb. 120: blogglam4you, #duckface, www.facebook.com/blogglam4you/photos/a.265531426838571.66404.260773527314361/1023178667740506 (abg. Sept. 2016)

12.2. Essensfoto Archiv

- E Quelle Abb. 1: rafa_food, #foodporn, www.instagram.com/rafa_food (abg. April 2016)
- E Quelle Abb. 2: lisa_fitnessdiary, #foodporn, www.instagram.com/lisa_fitnessdiary (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 3: brunchboys, #foodporn, www.instagram.com/brunchboys (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 4: ifys.kitchen, #foodporn, www.instagram.com/ifys.kitchen (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 5: chefsofinstagram, #foodporn, www.instagram.com/chefsofinstagram (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 6: shoppinator, #foodporn, www.instagram.com/shoppinator (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 7: czechchicks, #foodporn, www.instagram.com/czechchicks (abg. Juni 2016)

- E Quelle Abb. 8: fit_aga, #foodporn, www.instagram.com/fit_aga (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 9: bettinass_kitchen, #foodporn, www.instagram.com/bettinass_kitchen (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 10: foodtalkindia, #foodporn, www.instagram.com/foodtalkindia (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 11: mumbaifoodjunkie, #foodporn, www.instagram.com/mumbaifoodjunkie/ (abg. April 2016)
- E Quelle Abb. 12: moessouthwestgrill, #foodporn, www.instagram.com/moessouthwestgrill (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 13: bestfood_aroundtheworld, #foodporn, www.instagram.com/bestfood_aroundtheworld (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 14: thejoshelkin, #foodporn, www.instagram.com/thejoshelkin/ (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 15: estelle_shanaa, #foodporn, www.instagram.com/estelle_shanaa (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 16: italien_food, #foodporn, www.instagram.com/italien_food (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 17: chefrhandz, #foodporn, www.instagram.com/chefrhandz (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 18: cha_balabala, #foodporn, www.instagram.com/cha_balabala (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 19: theand_leigh, #foodporn, www.instagram.com/theand_leigh (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 20: nnehabbothra, #foodporn, www.instagram.com/nnehabbothra (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 21: hanno.berlin, #foodporn, www.instagram.com/hanno.berlin (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 22: katrinkidd, #foodporn, www.instagram.com/katrinkidd (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 23: hanno.berlin, #foodporn, www.instagram.com/hanno.berlin (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 24: emieatspie, #foodporn, www.instagram.com/emieatspie (abg. 2016)

- E Quelle Abb. 25: franci.mini, #foodporn, www.instagram.com/franci.mini (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 26: dilllagramm, #foodporn, www.instagram.com/dilllagramm (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 27: arvinder_kaur21x, #foodporn, www.instagram.com/arvinder_kaur21x (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 28: dascar, #foodporn, www.instagram.com/dascar (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 29: dascar, #foodporn, www.instagram.com/dascar (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 30: arvinder_kaur21x, #foodporn, www.instagram.com/arvinder_kaur21x (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 31: akira_113, #foodporn, www.instagram.com/akira_113 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 32: elitutucan, #foodporn, www.instagram.com/elitutucan (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 33: _carlaryan, #foodporn, www.instagram.com/_carlaryan (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 34: lov3yukii, #foodporn, www.instagram.com/lov3yukii (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 35: mala2478, #foodporn, www.instagram.com/mala2478 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 36: stephxl0, #foodporn, www.instagram.com/stephxl0 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 37: sari_winchester, #foodporn, www.instagram.com/sari_winchester (abg. April 2016)
- E Quelle Abb. 38: sam3415, #foodporn, www.instagram.com/sam3415 (abg. April 2016)
- E Quelle Abb. 39: vegan_nyc, #foodporn, www.instagram.com/vegan_nyc (abg. April 2016)
- E Quelle Abb. 40: klisza666, #foodporn, www.instagram.com/klisza666 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 41: stylishsustenance, #foodporn, www.instagram.com/stylishsustenance (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 42: rubencarla.berlin, #foodporn, www.instagram.com/rubencarla.berlin (abg. Sept. 2016)

- E Quelle Abb. 43: thebodycoach, #foodporn, www.instagram.com/thebodycoach (abg. Juni 2016)
- E Quelle Abb. 44: redlipstickcherrypie, #foodporn, www.instagram.com/redlipstickcherrypie (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 45: katewright1980, #foodporn, www.instagram.com/katewright1980 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 46: gijonudo, #foodporn, www.instagram.com/gijonudo (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 47: g_marr_eng, #foodporn, www.instagram.com/g_marr_eng (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 48: crecker92, #foodporn, www.instagram.com/crecker92 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 49: i_am_ines_m, #foodporn, www.instagram.com/i_am_ines_m (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 50: nor_bl, #foodporn, www.instagram.com/nor_bl (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 51: sabjaafar, #foodporn, www.instagram.com/sabjaafar (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 52: ulawithonel, #foodporn, www.instagram.com/ulawithonel (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 53: frafazioli, #foodporn, www.instagram.com/frafazioli (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 54: ana.kay.h, #foodporn, www.instagram.com/ana.kay.h (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 55: ajmorris_, #foodporn, www.instagram.com/ajmorris_ (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 56: gemma071, #foodporn, www.instagram.com/gemma071 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 57: sywtyy, #foodporn, www.instagram.com/sywtyy (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 58: tharinduj, #foodporn, www.instagram.com/tharinduj (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 59: wchankowa/, #foodporn, www.instagram.com/wchankowa (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 60: fitness_myska, #foodporn, www.instagram.com/fitness_myska (abg. Sept. 2016)

- E Quelle Abb. 61: [vivir_mi_vida86](https://www.instagram.com/vivir_mi_vida86), #foodporn, www.instagram.com/vivir_mi_vida86 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 62: [seongbin_39](https://www.instagram.com/seongbin_39), #foodporn, www.instagram.com/seongbin_39 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 63: [shintya_097](https://www.instagram.com/shintya_097), #foodporn, www.instagram.com/shintya_097 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 64: [sasa_wusch](https://www.instagram.com/sasa_wusch), #foodporn, www.instagram.com/sasa_wusch (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 65: [khanss_a](https://www.instagram.com/khanss_a), #foodporn, www.instagram.com/khanss_a (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 66: [nadia_dia_](https://www.instagram.com/nadia_dia_), #foodporn, www.instagram.com/nadia_dia_ (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 67: [polishuser](https://www.instagram.com/polishuser), #foodporn, www.instagram.com/polishuser (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 68: [lizzielau138](https://www.instagram.com/lizzielau138), #foodporn, www.instagram.com/lizzielau138 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 69: [jamexgrey](https://www.instagram.com/jamexgrey), #foodporn, www.instagram.com/jamexgrey (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 70: [itsallyorr](https://www.instagram.com/itsallyorr), #foodporn, www.instagram.com/itsallyorr (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 71: [iamlovelymoon](https://www.instagram.com/iamlovelymoon), #foodporn, www.instagram.com/iamlovelymoon (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 72: [garylinlin](https://www.instagram.com/garylinlin), #foodporn, www.instagram.com/garylinlin (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 73: [bmeyer234](https://www.instagram.com/bmeyer234), #foodporn, www.instagram.com/bmeyer234 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 74: [cocinandoconsally](https://www.instagram.com/cocinandoconsally), #foodporn, www.instagram.com/cocinandoconsally (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 75: [fliss_fliss](https://www.instagram.com/fliss_fliss), #foodporn, www.instagram.com/fliss_fliss (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 76: [factorybob](https://www.instagram.com/factorybob), #foodporn, www.instagram.com/factorybob (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 77: [anais_onnee](https://www.instagram.com/anais_onnee), #foodporn, www.instagram.com/anais_onnee (abg. Sept. 2016)

- E Quelle Abb. 78: adeliassuryani, #foodporn, www.instagram.com/adeliassuryani (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 79: _denysimo_, #foodporn, www.instagram.com/_denysimo_ (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 80: __.shiponnii, #foodporn, www.instagram.com/__.shiponnii (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 81: victoria_delaine, #foodporn, www.instagram.com/victoria_delaine (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 82: ylenia_cuccuru, #foodporn, www.instagram.com/ylenia_cuccuru (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 83: wiwis80, #foodporn, www.instagram.com/wiwis80 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 84: wholeheartedmummy, #foodporn, www.instagram.com/wholeheartedmummy (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 85: sun__sta, #foodporn, www.instagram.com/sun__sta (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 86: smrzfr, #foodporn, www.instagram.com/smrzfr (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 87: seekeunoia, #foodporn, www.instagram.com/seekeunoia (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 88: pkuenak, #foodporn, www.instagram.com/pkuenak (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 89: karamela_n, #foodporn, www.instagram.com/karamela_n (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 90: karan_vazirani, #foodporn, www.instagram.com/karan_vazirani (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 91: le_regard_de_samantha, #foodporn, www.instagram.com/le_regard_de_samantha/ (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 92: nicovingede, #foodporn, www.instagram.com/nicovingede (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 93: char_anderson, #foodporn, www.instagram.com/char_anderson (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 94: emi_lotka, #foodporn, www.instagram.com/emi_lotka (abg. Sept. 2016)

- E Quelle Abb. 95: gefealltmir, #foodporn, www.instagram.com/gefealltmir (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 96: josephinetlc, #foodporn, www.instagram.com/josephinetlc (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 97: bennets95, #foodporn, www.instagram.com/bennets95 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 98: #foodporn, anna.bb8, www.instagram.com/anna.bb8 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 99: 174s._.nayoons2, #foodporn, www.instagram.com/174s._.nayoons2 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 100: 1dabaima, #foodporn, www.instagram.com/1dabaima (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 101: greedy_piggy, #foodporn, www.instagram.com/greedy_piggy (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 102: lapetiteamazone, #foodporn, www.instagram.com/lapetiteamazone (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 103: valencia_rp, #foodporn, www.instagram.com/valencia_rp (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 104: vivian_sicilia_, #foodporn, www.instagram.com/vivian_sicilia_ (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 105: chutrieulong, #foodporn, www.instagram.com/chutrieulong (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 106: luna.theblog, #foodporn, www.instagram.com/luna.theblog (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 107: scarletcash, #foodporn, www.instagram.com/scarletcash (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 108: risis09, #foodporn, www.instagram.com/risis09 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 109: arknik91, #foodporn, www.instagram.com/arnik91 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 110: marinesaad, #foodporn, www.instagram.com/marinesaad (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 111: nonornoreen, #foodporn, www.instagram.com/nonornoreen (abg. Sept. 2016)

- E Quelle Abb. 112: paolorevelchione, #foodporn, www.instagram.com/paolorevelchione (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 113: andigno79, #foodporn, www.instagram.com/andigno79 (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 114: julypapalaknedly, #foodporn, www.instagram.com/julypapalaknedly (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 115: marketkaroзумu, #foodporn, www.instagram.com/marketkaroзумu (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 116: missymoomooo, #foodporn, www.instagram.com/missymoomooo (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 117: amynambiar, #foodporn, www.instagram.com/amynambiar (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 118: amandabouvier, #foodporn, www.instagram.com/amandabouvier (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 119: alivirdis, #foodporn, www.instagram.com/alivirdis (abg. Sept. 2016)
- E Quelle Abb. 120: alilbitofh, #foodporn, www.instagram.com/alilbitofh (abg. Sept. 2016)

Danksagung

Prof. Dr. Michael Lüthy möchte ich für die vertrauensvolle und ermutigende Betreuung des theoretischen Teils dieser Ph.D. Arbeit meinen Dank aussprechen. Ebenso Prof. Emanuel Raab für die inspirierende Betreuung des künstlerisch-praktischen Teils.

Ein Dankeschön von Herzen ergeht an meinen Vater und meine Mutter gemeinsam mit Evi Kunadt, die mich in den vergangenen 5 Jahren unterstützt haben.

Andre Tomasiewicz zeichnet für die technische Umsetzung einiger der künstlerischen Arbeiten und meine Mutter Brigitte Straßmann für das beherzte Lektorat verantwortlich. Tausend Dank! Kathrin Ganser danke ich für intensive Gespräche und den wichtigen gedanklichen Austausch.

Ehrenwörtliche Erklärung zu meiner Dissertation mit dem Titel:

„Expanded Pictures: Das Handlungsgefüge des fotografischen Bildes im Kontext von Internet und Social Media“

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit erkläre ich, dass ich die beigefügte Dissertation selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel genutzt habe. Alle wörtlich oder inhaltlich übernommenen Stellen habe ich als solche gekennzeichnet.

Ich versichere außerdem, dass ich die beigefügte Dissertation nur in diesem und keinem anderen Promotionsverfahren eingereicht habe und, dass diesem Promotionsverfahren keine endgültig gescheiterten Promotionsverfahren vorausgegangen sind.

A handwritten signature in black ink, reading "Sarah Strauß". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal flourish extending to the right.

Berlin, 23. Sept. 2016