

Kevin Pauliks; Jens Ruchatz

## **DIGITALE MEDIEN UND METHODEN – Kevin Pauliks und Jens Ruchatz über die Bildpraxisanalyse als praxeologische Perspektive auf das digitale Bild** 2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/20278>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Pauliks, Kevin; Ruchatz, Jens: DIGITALE MEDIEN UND METHODEN – Kevin Pauliks und Jens Ruchatz über die Bildpraxisanalyse als praxeologische Perspektive auf das digitale Bild. In: *Open-Media-Studies-Blog*. Sonderreihe "Digitale Medien und Methoden", Jg. 3 (2020). DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/20278>.

### **Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:**

<https://mediastudies.hypotheses.org/2449>

### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ deed.de Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

### **Terms of use:**

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/deed.de License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

## DIGITALE MEDIEN UND METHODEN — Kevin Pauliks und Jens Ruchatz über die Bildpraxisanalyse als praxeologische Perspektive auf das digitale Bild

VERÖFFENTLICHT 03/08/2020 · AKTUALISIERT 27/09/2023



In unserem Beitrag [Die Medienwissenschaft im Lichte ihrer methodischen Nachvollziehbarkeit](#) haben wir ([Laura Niebling](#), [Felix Raczkowski](#), [Maike Sarah Reinerth](#) und [Sven Stollfuß](#)) dazu aufgerufen, über «gegenstandsbezogene Methoden und Ansätze» zu sprechen. Zur Vorbereitung auf das von uns in diesem Zusammenhang geplante Methoden-Handbuch *Digitale Medien und als Beitrag zu einer offenen Methodendiskussion im Fach* kuratieren wir eine Sonderreihe zu «Digitale Medien und Methoden» im *Open-Media-Studies-Blog* mit «Werkstattberichten» zu einigen in der medienwissenschaftlichen Forschung eingesetzten Methoden.

Der siebente Beitrag der Sonderreihe stammt von Kevin Pauliks und Jens Ruchatz und beschäftigt sich mit einer bildpraxeologischen Methodik zur Erschließung von Bildpraktiken in Sozialen Medien.

### Bildpraxeologie digitaler Bilder

Nachdem Lev Manovich schon 1996 konstatierte, streng genommen gebe es [keine digitale Fotografie](#), generalisierten einige Jahre später Medienwissenschaftler wie [Claus Pias](#) und [Wolfgang Hagen](#) die Argumentation dahingehend, dass es überhaupt keine digitalen Bilder gebe. Bei dem, was als «digitales Bild» bezeichnet wird, so die Argumentation, handele es sich um digitale Daten, die sich erst auf einem Bildschirm materialisieren und dabei analog würden. Diese technikontologisch begründete Klarstellung hat allerdings nicht verhindern können, dass der Begriff des digitalen Bildes Karriere gemacht hat, um Bilder zu bezeichnen, die auf digitalen Datensätzen basieren. Gut zehn Jahre später lässt sich dementsprechend die Allgegenwart digitaler Bilder ausrufen, die aus unserem Alltagsleben kaum mehr wegzudenken sind. Das Aufnehmen, Anschauen, Bearbeiten und Verschicken von Fotografien ist nur noch einen Klick entfernt.

Bilder können heute gerade deshalb so allgegenwärtig sein, weil sie auf digitalen Daten beruhen, die das Bild entmaterialisieren, es somit extrem beweglich machen und ihm verschiedene Formen der Materialisierung eröffnen, sodass es zwischen diversen Formaten, Plattformen und Endgeräten hin und her wechseln kann. Methodisch führt das zu der Problematik, dass **digitale Bilder besonders schwer greifbar sind**, weil sie sich – insbesondere in sozialen Netzwerken – durch das *Sharing, Reposting und Retweeting* in ständiger Zirkulation befinden und so gleichzeitig an unterschiedlichen Orten in unterschiedlichen Kontexten vorzufinden sind. Insofern mag es *das* digitale Bild tatsächlich nicht geben, sondern nur noch «*versions*»<sup>1</sup>, was vielleicht der Grund dafür ist, warum es bisher keine allgemeine Theorie des digitalen Bildes gibt, abgesehen von der Behauptung seiner ontologischen Nichtexistenz.

Das seit 2019 geförderte DFG-Schwerpunktprogramm [Das digitale Bild](#) setzt sich mit dieser Problemstellung interdisziplinär auseinander. In dem Teilprojekt [Bildförmige Bildkritik in Sozialen Medien. Explizites und implizites Theoretisieren des digitalen Bildes](#) möchten wir eine medienwissenschaftliche Theorie des digitalen Bildes aus der Perspektive von digitalen Bildern selbst entwerfen. Dazu skizzieren wir hier erstmals unsere bildpraxeologische Methodik, die wir im Folgenden einerseits methodologisch-theoretisch und andererseits analytisch-empirisch vorstellen möchten. Die Methodik zielt bewusst auf die Erschließung von Bildpraktiken in den Sozialen Medien ab, die – so unsere Annahme – explizites und implizites Medienwissen über die digitale Bildlichkeit bereithalten. Am Beispiel von [The Situation Room](#) möchten wir aufzeigen, wie das Bearbeiten von digitalen Bildern die visuelle Kommunikation in der *Meme Culture* prägt und wie daraus wiederum Rückschlüsse auf die Ästhetik digitaler Bilder in den sozialen Netzwerken geschlossen werden können.

## Methodologie einer Bildpraxeologie

Wie oben angedeutet, führt die Zirkulierbarkeit digitaler Bilder zu epistemologischen Problemen. Während sich mit quantitativer Forschung die Bewegung digitaler Bilder verfolgen und nachzeichnen lässt (z. B. über Re-Posts, invertierte Bildersuche, Likes oder Tags), sodass mit Hilfe [digitaler Methoden Zirkulationsmuster](#) sichtbar gemacht werden können, stößt die qualitative Forschung aufgrund der Zirkulierbarkeit an ihre Grenzen. Ein digitales Bild kann in vielen verschiedenen Kontexten auftauchen, dort von den Nutzer\_innen jeweils anders gerahmt und interpretiert werden. Eine Ethnografie, die sich vorrangig oder sogar ausschließlich auf Interviews stützt, um die Bedeutung von Bildern zu rekonstruieren, scheint gerade deshalb wenig zielführend zu sein. Martin Hand, der diese Methodik präferiert, führt dazu aus, «in-depth interviewing potentially ignores compositional and technological issues, rarely moving beyond localized contexts that arguably miss the more challenging aspects of *circulation*»<sup>2</sup>. Zugespielt formuliert, gerät die Bildlichkeit digitaler Bilder aus dem Blick. Der Schwerpunkt der ethnografischen Forschung liegt nämlich auf den «nicht-repräsentierenden» Eigenschaften von Bildern, sodass die Ästhetik des Bildes marginalisiert wird.

Mit unserem **Ansatz der Bildpraxisanalyse** möchten wir einen Mittelweg gehen und aufzeigen, wie sich **Bild- und Praxistheorie methodisch miteinander verbinden** lassen. Die Untersuchung von Praktiken spielt natürlich eine entscheidende Rolle, um die Bedeutung digitaler Bilder verstehen zu können, denn die Versatilität digitaler Bildlichkeit macht es äußerst schwer zu bestimmen, was das digitale Bild *ist* oder *sein kann*. Für die Medienwissenschaft ist dieser Punkt besonders relevant, denn die Bildlichkeit digitaler Medien ist in der Rastergrafik ununterscheidbar. Ob Fotografie, Film, Serie oder Computerspiel: *en détail* bleiben nur Pixel übrig. Deshalb ist es beispielsweise auch möglich, realistisch wirkende «Fotografien» komplett am Computer zu erzeugen, ohne jemals einen Lichtabdruck hinterlassen zu haben. Eine Unterscheidung digitaler Medien ist in dieser Hinsicht nur noch über die konkreten (Bild-)Praktiken möglich.

### *Bildpraktiken als Ausgangspunkt der Betrachtung*

Der Begriff «Bildpraxis» bezieht sich darauf, dass Bilder das Ergebnis menschlicher Handlungen sind.<sup>3</sup> Insofern lässt sich argumentieren, dass mit Bildern nicht nur praktiziert wird, sondern sich diese Handlungen gleichzeitig auch in die Bilder einschreiben. Praktiken der Produktion, Distribution und Rezeption hinterlassen **Spuren im Bild**, die in der **Bildpraxisanalyse rekonstruiert** werden können, ohne sich auf Interviews mit Produzent\_innen und Nutzer\_innen berufen zu müssen. Aus [medienpraxeologischer Sicht](#) wird diese Rekonstruktion «über Analysen von Dokumenten, Texten und weiteren medialen Erzeugnissen [vorgenommen], die Fixierungen von Situationen sind». Dazu zählen selbstverständlich auch Bilder.

Ganz konkret bietet es sich an, Screenshots aufzunehmen (anstelle die Bilder einzeln abzuspeichern), da Screenshots multimodale Daten bereithalten (z. B. Tags, Likes, Beschriftungen, Kommentare usw.), die es möglich machen, nicht nur die Bildpraktiken, sondern zugleich auch die [Plattformen](#) zu untersuchen.

Ziel unserer Bildpraxisanalyse ist es, aus der Bildpraxis Medienwissen über das digitale Bild zu extrahieren. Wir folgen W. J. T. Mitchell, der schreibt: «no theory of media can rise above the media themselves, and that what is required are forms of vernacular theory, embedded in media practices»<sup>4</sup>. Die Methodik implementiert die medienphilosophische Annahme, dass **Medien über sich selbst Wissen generieren**, weil sie die Welt nicht spiegeln können, ohne zwangsläufig sich selbst mitzuspiegeln. Zielführend für die Bildpraxisanalyse kann daher die Untersuchung von Bildern sein, die sich auf andere Bilder beziehen, um ihre eigene Medialität zu reflektieren.

## Die Analyse von metapictures als Beispiel einer Bildpraxis

Die Analyse von «metapictures» bietet den Vorteil, sowohl das explizite *détail* als auch implizite [Medienwissen](#) von der Bildpraxis abschöpfen zu können. Methodisch sind dazu drei Analyseschritte nötig:

1. *Analyse des expliziten Wissens*: Im ersten Schritt fragen wir danach, *was* das Bild adressiert. Das können beispielsweise Personen, Gegenstände, Orte usw. sein, im Fall von *metapictures* aber auch andere Bilder. Dann verschiebt sich diese Frage dahingehend, dass wir fragen, *was* für Wissen das Bild über andere Bilder ausspielt. Der erste Analyseschritt operiert auf einer *inhaltlich-sachlichen Ebene*.
2. *Analyse des impliziten Wissens*: Im zweiten Schritt fragen wir danach, *wie* das Dargestellte oder – im Fall von *metapictures* – das Bild im Bild adressiert wird. Die Adressierung kann durch Komposition, Montage, Beschriftung und andere Bildpraktiken geschehen. Der Analyseschritt operiert auf einer *formal-ästhetischen Ebene*.

Im ersten Schritt arbeiten wir das **knowing-that der Bilder** auf: welches Wissen sie in Bezug auf die thematisierten Bilder zum Ausdruck bringen. Im zweiten Schritt nehmen wir dann das **knowing-how der Bildpraxis** in den Blick: welches Wissen sie nutzen, um ihre bildförmige Darstellung zu generieren und zu zirkulieren. Drittens betrachten wir in einer abschließenden Zusammenschau, wie beide Wissensformen sich zueinander verhalten, wie sie sich ergänzen, steigern oder auch konterkarieren.

Die Analyseschritte sollen nun am Beispiel des Internet-Memes *The Situation Room* kurz veranschaulicht werden, wohlwissend, dass die Analyse aufgrund der Kürze des Blogbeitrags nicht in die Tiefe gehen kann. Vielmehr möchten wir eine explorative Methodenarbeit anstoßen, die dicht am Material aufzeigt, wie die Bildpraxisanalyse zum Einsatz kommt und wie sie sich von anderen Ansätzen unterscheidet.

### Exemplarische Bildpraxisanalyse von *The Situation Room*

*The Situation Room* bietet sich als Beispiel an, weil bereits Forschung vorliegt, die in Kontrast zu unserer Methodik gesetzt werden kann.<sup>5</sup> Es handelt sich um ein Internet-Meme, das 2011 in den Sozialen Medien verbreitet wurde. Limor Shifman klassifiziert es als «[reaction Photoshop](#)», als ein digital bearbeitetes Bild, das auf eine prominente politische Fotografie antwortet, die unter Verdacht steht, manipuliert und gestellt worden zu sein. Grundlage ist eine PR-Fotografie des Weißen Hauses, die 2011 auf Flickr veröffentlicht wurde. Sie zeigt unter anderem Barack Obama, Joe Biden, Hillary Clinton und weitere hochrangige Mitglieder des US-Sicherheitsrates im sogenannten *Situation Room* während der Mission, die zum Tod Osama bin Ladens führte (Abb. 1).



Obama White House

+ Follow

P050111PS-0210

PRO

President Barack Obama and Vice President Joe Biden, along with members of the national security team, receive an update on the mission against Osama bin Laden in the Situation Room of the White House, May 1, 2011. Seated, from left, are: Brigadier General Marshall B. "Brad" Webb, Assistant Commanding General, Joint Special Operations Command; Deputy National Security Advisor Denis McDonough; Secretary of State Hillary Rodham Clinton; and Secretary of Defense Robert Gates. Standing, from left, are: Admiral Mike Mullen, Chairman of the Joint Chiefs of Staff; National Security Advisor Tom Donilon; Chief of Staff Bill Daley; Tony Blinken, National Security Advisor to the Vice President; Audrey Tomason Director for Counterterrorism; John Brennan, Assistant to the President for Homeland Security and Counterterrorism; and Director of National Intelligence James Clapper. Please note: a classified document seen in this photograph has been obscured. (Official White House Photo by Pete Souza)

This official White House photograph is being made available only for publication by news organizations and/or for personal use printing by the subject(s) of the photograph. The photograph may not be manipulated in any way and may not be used in commercial or political materials, advertisements, emails, products, promotions that in any way suggests approval or endorsement of the President, the First Family, or the White House.

Abb. 1: Screenshot von Flickr. Die Fotografie von Pete Suoza zeigt den sogenannten Situation Room während der Mission Neptune's Spear. Quelle: Flickr.

### Schritt 1: Analyse des expliziten Wissens

Im ersten Schritt unserer Bildpraxisanalyse ist zu klären, worauf das Internet-Meme *The Situation Room* explizit verweist. **Internet-Memes** können – generell gesprochen – als **metapictures** verstanden werden, nicht nur, wenn sie als [«hypersignification»](#) den Prozess der Bedeutungskonstruktion von Bildern offenlegen, sondern auch, weil sie *per definitionem* «Gruppen von Inhalten» sind, die auf andere Bilder verweisen.<sup>6</sup> Internet-Memes wie *reaction Photoshops* sind folglich Bilder, die über andere Bilder ihre eigene Medialität reflektieren. Um das Internet-Meme verstehen zu können, müssen wir den Kontext und die Bedeutung(en) der zugrunde liegenden PR-Fotografie nachvollziehen, wozu der erste Analyseschritt der Bildpraxisanalyse dient. Die Fotografie ist im Sinne von Elke Grittmann ein [politisches Bild](#): Es ist Obamas politisch-administratives System abgebildet, das gegen Osama bin Laden einen gesellschaftlichen Konflikt austrägt, der politisch legitimiert wird. Das politische PR-Foto soll – ganz klassisch propagandistisch – einen wohlkalkulierten Kriegsakt emotionalisieren. Letzteres ist an den besorgten Gesichtsausdrücken der abgebildeten Personen zu erkennen (Abb. 1).

Aglaia Przyborski erarbeitet dieses Framing ausführlich mit der dokumentarischen Methode<sup>2</sup>, die aus einem sozialwissenschaftlichen

Erkenntnisinteresse auf die Rekonstruktion des sozialen Sinns im Bild abzielt. Im Vergleich zu *Non-Representational Methodologies* schlägt die dokumentarische Methode damit in ein entgegengesetztes Extrem, wenn der Fokus der Rekonstruktion ausschließlich auf den Bildinhalten, nicht aber der Bildpraxis liegt.

## Schritt 2: Analyse des impliziten Wissens

Im zweiten Schritt der Bildpraxisanalyse geht es nun darum, die **Bildpraxis des Internet-Memes zu analysieren**. Die Bildunterschrift auf Flickr bestimmt noch selbstbewusst: «The photograph may not be manipulated in any way» (Abb. 1). Es ist kaum überraschend, dass die Nutzer\_innen dieser Anweisung nicht nachkommen, sondern sie viel eher als Aufforderung verstehen. Es folgten zahlreiche [Bildmanipulationen](#), von denen wir für die Analyse exemplarisch eine ausgewählt haben (Abb. 2).

Die entscheidende Bildpraxis, die hier am Werk ist, ist bereits in Shifmans Genrebezeichnung enthalten: das Bearbeiten des Bildes mit Software wie [Photoshop](#). Um ein *reaction Photoshop* wie in Abbildung 2 erstellen zu können, müssen die Nutzer\_innen über ein entsprechendes Know-how zu Bildbearbeitungsprogrammen oder sogenannten [Meme Generators](#) verfügen. Im ausgewählten *reaction Photoshop* wird die ursprüngliche PR-Fotografie mit sogenannten [Rage Faces](#) überlagert, die spezifische Bedeutungen besitzen, die sich nicht wie bei Emoticons ikonografisch erschließen lassen, sondern implizites Wissen über die *Meme Culture* abverlangen.

Dass der Nutzer den *Situation Room* in der Bildunterschrift zum «Meme Situation Room» (Abb. 2) erklärt, hat semantische und pragmatische Konsequenzen: Auf Obamas Gesicht wird das [Me Gusta Face](#) gelegt, das auf eine verstörende und zugleich doch befriedigende Emotion hindeutet. Hillary Clinton hingegen wird ein [LOL Face](#) verpasst, das mit überheblicher Heiterkeit oder sogar Schadenfreude assoziiert werden kann. Das Montieren der [Rage Faces](#) auf die Gesichter der Politiker\_innen inventiert die Bedeutung der ursprünglich auf Flickr geposteten Aufnahme: War zuvor eine emotionale Anteilnahme am Kriegsakt beabsichtigt, die allerdings unter dem Verdacht der Hypokrisie steht, drücken die [Rage Faces](#) Vergnügen und Schadenfreude aus. Der mörderische Kriegsakt scheint «[for the lulz](#)» geschehen zu sein.



Abb. 2: Screenshot von Tumblr, der ein *reaction Photoshop* vom Internet-Meme *The Situation Room* zeigt. (Quelle: Tumblr. Keine Angaben zur Meme-Urheberschaft verfügbar.)

## Schritt 3: Zusammenschau der Wissensformen und Identifizierung der Praktiken

In unserer Bildpraxisanalyse konnten wir das Bearbeiten und das Beschriften als Bildpraktiken identifizieren, die implizit Medienwissen vermitteln. Die **Bildpraxis des Bearbeitens** demonstriert die Manipulierbarkeit von digitalen Bildern nicht aus der Perspektive eines verdeckten «Photoshoppens», sondern als **offensichtliche, sichtbare Praxis**. Die PR-Fotografie auf Flickr bietet sich geradezu an, von Nutzer\_innen manipuliert zu werden, gerade weil schriftlich explizit versucht wird, dies zu unterbinden (Abb. 1). Das ist der [prospektiven Eigenschaft](#) digitaler Bilder geschuldet, die die PR-Fotografie als Rohmaterial für die Meme-Kreation erscheinen lässt. Bei entsprechendem technischem Know-how ermöglichen operative Zeichen wie die [Rage Faces](#) mit nur wenigen Klicks, die beabsichtigte Bedeutung der PR-Fotografie umzukehren (Abb. 2). Die Bildpraxis des Beschriftens verortet die Bildbearbeitung in der *Meme Culture*. Die Erstellung und Entschlüsselung der Bildbearbeitung ist ohne ein spezielles semantisches Vorwissen nicht möglich, was wiederum verdeutlicht, dass nicht nur ein technisches, sondern auch ein kulturelles Know-how bei der Meme-Kreation Voraussetzung ist.

## Schlussfolgerungen

Ziel der Bildpraxisanalyse ist die Identifizierung und Klassifizierung von Bildpraktiken, die Medienwissen über (digitale) Bilder bereithalten. Dieses gilt es aus den Bildern herauszuarbeiten und zu verschriftlichen. **Die Methode** möchte damit einen **Mittelweg zwischen ethnographischer *Non-Representational Theory* und der Dokumentarischen Bildinterpretation** beschreiten, sodass weder Bildform noch Bildpraxis in der Analyse vernachlässigt werden.

In den Sozialen Medien boomen derzeit *metapictures* wie *reaction Photoshops* und *image macros*, die besonders affin sind für die vorgestellte Methodik. Insofern verwundert es kaum, dass *The Situation Room* durch Donald Trump eine **Aktualisierung** erfahren hat, die eine Weiterführung unserer Bildpraxisanalyse lohnenswert macht, um aktualisiertes Medienwissen aus dem digitalen Bild zu schöpfen.

- 1. Martin Hand: *Ubiquitous Photography*, Cambridge/Malden 2012, 69, Herv. i. Orig.
- 2. Martin Hand: *Visuality in Social Media. Researching Images, Circulations and Practices*, in: Luke Sloan, Anabel Quan-Haase (Hg.): *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, Los Angeles 2017, 215–231, hier 224.
- 3. Bernd Stiegler: *How to Do Things with Photographs*, in: Moritz Neumüller (Hg.): *The Routledge Companion to Photography and Visual Culture*, New York, London 2018, 4–13, hier 5. Wörtlich heißt es dort: «human actions are turned into images». Siehe auch Regula Valérie Burri: *Bilder als soziale Praxis: Grundlegungen einer Soziologie des Visuellen*, in: *Zeitschrift für Soziologie*, Bd. 37, Nr. 4, 2008, 342–358.
- 4. W. J. T. Mitchell: *What Do Pictures Want?*, Chicago, London 2005, 210.
- 5. Aglaja Przyborski, Günther Haller (Hg.): *Das politische Bild. Situation Room: Ein Foto – vier Analysen*, Leverkusen 2014.
- 6. Vgl. dazu den Ansatz von Shifman, der Memes als «*groups of content units*» definiert.
- 7. Aglaja Przyborski: *Macht im Bild*, in: dies., Günther Haller (Hg.): *Das politische Bild. Situation Room: Ein Foto – vier Analysen*, Leverkusen 2014, 107–136, hier 108.

[Kevin Pauliks](#)

[Jens Ruchatz](#)

Teaserbild: Rage Comics – Rage Faces (Quelle: [Illustration](#) eines Blogbeitrags auf [gamerguidebook.weebly.com](#)).



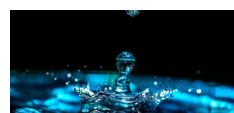
Schlagwörter: Methoden Sonderreihe Digitale Methoden

### DAS KÖNNTE DICH AUCH INTERESSIEREN ...



DIGITALE MEDIEN UND METHODEN — Elena Pilipets über den methodischen Umgang mit visuellen Plattform-Inhalten und Internet-Memes

12/01/2021



DEN RAHMEN SPRENGEN. OPEN ACCESS AUF DER PROMOTIONSEBENE — Anke Finger und Virginia Kuhn zu digitalen Dissertationen und multimodalen Publikationsformen

15/03/2022

### EINE ANTWORT

**Kommentare** 0 **Pingbacks** 1

---

## SCHREIBE EINEN KOMMENTAR

Kommentar \*

Name \* E-Mail \*

Website

[Kommentar abschicken](#)

Diese Website verwendet Akismet, um Spam zu reduzieren. [Erfahre mehr darüber, wie deine Kommentardaten verarbeitet werden.](#)



{{site\_title}} © {{year}}. Alle Rechte vorbehalten.

Powered by WordPress. Theme by Press Customizr.



Ein Blog präsentiert von Hypotheses - [Zum OpenEdition-Katalogeintrag](#) - [Datenschutzerklärung](#) - [Problem melden](#)

[Syndication Feed](#) - [Impressum](#) - ISSN 2629-6020