

Jana Zündel

The Messiness of Memes. Versuch über ein unordentliches Bildphänomen

2022

<https://doi.org/10.25969/mediarep/23515>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zündel, Jana: The Messiness of Memes. Versuch über ein unordentliches Bildphänomen. In: *montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*. Messy Images, Jg. 31 (2022), Nr. 1, S. 115–124. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/23515>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

https://montage-av.de/wp-content/uploads/pdf/2022_31_1_MontageAV/montage_AV_31_1_2022_115-124_Zuendel_The-Messiness-of-Memes.pdf

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

The *Messiness* of Memes

Versuch über ein unordentliches Bildphänomen

Jana Zündel

Wenige Bildformen spiegeln «das Unübersichtliche, Unsaubere, Überbordende, Uneindeutige, Unberechenbare, Ausufernde, Undurchschaubare und Unbefriedigende in vernetzten Bildkulturen» – jene Eigenschaften, die im Call for Papers für diese Ausgabe der Montage AV aufgerufen wurden – so umfassend wider wie (Internet-)Memes. Aufgrund ihrer inhaltlich-referenziellen Komplexität und ihres chaotischen wie omnipräsenten Gebrauchs (Nissenbaum/Shifman 2017, 483 f.) erscheinen Memes als eine höchst unübersichtliche, weil *überbordende* Form. Im Kontext des World Wide Web sind Memes inzwischen ein integraler Bestandteil unseres «kulturellen Lexikons» (Journell/Clark 2019, 109). Sie bieten sich als Sammelbegriff für die *unübersichtlichen* «Bilderrepertoires der digitalen Kulturen» an, die «vielfältige Prozesse der Aneignung und der Umdeutung» initiieren (Gerling/Holschbach/Löffler 2018, 219). Sie sind *unberechenbar*, da sie potenziell jedes aussagekräftige Motiv aus den Bildenden Künsten, aus Fotografie, Film und Fernsehen aufgreifen und weiterverarbeiten können, solange dieses nur in irgendeiner Weise anschlussfähig und für bestimmte Interessens- und Rezeptionsgruppen, z. B. Fangemeinschaften oder politische Bewegungen, instrumentalisierbar ist.

Zwar sind Memes nicht per se uneindeutig, weil sie zu radikaler Komplexitätsreduktion und Überdeterminiertheit neigen und oft durchaus auf klare Pointen und vermeintlich logische Schlüsse abzielen (Bristow 2019, 116). Zugleich legen diese Eigenschaften aber nahe, dass «hinter» einem Meme viele referenzielle Querverbindungen sowie durchaus kom-

plexe Zusammenhänge stehen, weshalb entsprechende Interpretationen *ausufern* können. Memes sind *undurchschaubar*, wenn sie «Alltagsdiskurse» und «Spezialdiskurse» (Weich/Othmer 2016, 132) vermischen, d. h. zugleich intersubjektiv nachvollziehbare Situationen oder kollektive Erfahrungen verarbeiten *und* mit «Insider-Wissen» zu den reproduzierten Motiven kokettieren. Sie sind dann auch *unbefriedigend*, wenn Referenzen einzelnen Betrachter:innen verborgen bleiben – ein Umstand, der selbst zu einem Meme geworden ist («I don't understand that reference») und wiederum memetisch gekontert wird (z. B. mit dem Captain-America-Meme: «I understood that reference»).

Die Entnahme von Bildern aus ihren ursprünglichen oder sekundären Kontexten und deren Weiterverwertung sind, qua obiger Definition, ebenso ubiquitäre wie universelle Praktiken zeitgenössischer Medienkultur. Deutlich wird das auch dadurch, dass das «Memen» längst nicht mehr nur den Rezipient:innen und Fans populärkultureller (Bewegt-)Bilder vorbehalten ist, sondern von der professionalisierten Produktionsseite übernommen wurde. Memes stehen heute in diversen «Gebrauchszusammenhänge[n]» (Roberge/Seyfert 2017, 16), die sich auf den Marketing- und Vertriebskanälen der kulturindustriellen Anbieter ergeben. So postet Netflix regelmäßig «meme-fähigen» Content, in diesem Fall Ausschnitte aus den eigenen Film- und Serienproduktionen mit mehreren möglichen Bildtexten («Captions», Abb. 1–3), die deren popkulturelle Anschlussfähigkeit unterstreichen sollen. Als übergreifendes Plattform-Werbemittel agierend scheinen solche Memes in neueren AV-Formaten von vornherein mitgedacht, bestimmte Figuren oder Szenen als *Memes in potentialis* angelegt (z. B. übersteigerte Gesichtsausdrücke oder einprägsame One-Liner). Internet-Memes entstehen also nicht mehr nur spontan und zufällig, sie werden oftmals schon präsupponiert und antizipiert, in Form und Gestus immer wieder imitiert. Ihr überbordender Gebrauch zu diversen Zwecken (kommerziell, politisch, sozial-kommunikativ, populärkulturell) und in unterschiedlichsten Verwertungszusammenhängen (Fan-Diskussionen, Twitter-Kriege, Fake-News-Kampagnen, Social-Media-Marketing u. v. m.) macht Internet-Memes zum Instrumentarium und zum Gradmesser der *digital media literacy* (Nissenbaum/Shifman 2017; Journell/Clark 2019; Zidani/Moran 2021).

Die breiteste Definition von Meme, wonach «jede Art von Information, die durch Imitation kopiert werden kann», als solches gelten kann (Shifman 2014, 42), erweitert das ästhetische Repertoire der Bildform erheblich – und sie bedient den Umstand, dass die kulturelle Praxis des Memens



1–3 Von Netflix vorbereitete und geteilte Meme-Serie zur Eigenproduktion ARMY OF THE DEAD (www.facebook.com [<https://is.gd/lZpp8J>])

schon längst eine entfesselte ist: sie sind nicht nur unordentlich (*messy*), sondern auch nicht zu bändigen (*unruly*). Zu den klassischen «Meme-Genres» (Maeder/Wentz 2014, 138) wie «image macros» (Aufnahmen mit überlagertem, weißen Text), «Photoshop memes» (Bildmontagen) oder GIFs gesellen sich dabei im Grunde alle (Bewegt-)Bildformate, die eine Art von Nachahmung «performen» (z. B. TikTok-Videos, Instagram-Stories), die Motive aus AV-Texten reproduzieren und weiterverarbeiten (z. B. Filmstills, Thumbnails, Collagen, Infografiken). Und damit nicht genug: So manche «Einheit der kulturellen Vererbung» (Shifman 2014, 40) lässt sich ausmachen, noch bevor sie in die genannten para- und metatextuellen Materialien übergeht. So sind unzählige Bildausschnitte oder Szenen aus Film und Fernsehen selbst schon Memes, wenn sie klassische Kunstwerke oder kulturhistorisches Wissen auf- und vorführen. Man vergleiche etwa die



4–5 Nachahmungen des Drei-Affen-Motivs in GOLDEN GIRLS (S01E21) und FRIENDS (S01E21)

visuellen oder narrativen Adaptionen des japanischen Sprichworts und Kunstmotivs der «Drei Affen» in den Fernsehserien GOLDEN GIRLS (USA 1985–1992), FRIENDS (USA 1994–2004) oder CHARMED (1998–2006) (Abb. 4–5). Das intertextuelle Netz wird immer weitergesponnen, indem sich Film- und Fernsehbilder ständig gegenseitig referenzieren. Memes appellieren an das individuelle wie das kollektive Bildgedächtnis, für das sie selbst als fortlaufendes Update agieren. Als *unsauber* und *unbefriedigend* gestaltet sich dann auch die Beziehung eines Memes zu seinem Ursprungsmotiv sowie die Suche nach ebendiesem «wahren» Vor-Bild.

Will man Shifmans inklusiven memetischen Ansatz (und den eigenen Forschungskorpus) einschränken, um mehr Übersicht in die Bildform zu bringen, ließen sich etwa Bedingungen an die «Echtheit» und die Nachhaltigkeit, d. h. langfristige Zirkulation und Wirksamkeit von Memes stellen. So macht Olga Goriunova «echte» Memes, die «organisch» [...] und nicht «erzwungen» entstehen, an privaten Urheber:innen und nicht-kommerziellen Motivationen fest (2013, 71). Weiterhin sei der virale Erfolg definitorisches Merkmal eines «richtigen» Internet-Memes. Es müsse «genügend Mutationen durchlaufen» (ibid., 72), um an Reichweite und Relevanz zu gewinnen. Dabei handelt es sich um ein Argument, das weitläufig geteilt, reproduziert und modifiziert wurde:¹ «Internet-Meme existieren nur im Plural. [...] Denn nur wenn diese dupliziert, referenziert und vermehrt werden, lässt sich von memetischer Verbreitung sprechen. Anders formuliert: ohne Verbreitung keine Meme» (Gehlen 2020, 44). Über fortwährende Rekontextualisierungen und Strukturveränderungen ihres Contents überleben sich (erfolgreiche) Memes offenbar selbst (auch benannt als «survival of the fittest»; Pauliks 2017, 65; 110). Ein Paradebei-

1 Etwa bei Breitenbach 2015; Osterroth 2015; Pilipets 2016; Herwig 2018; Denisova 2019.



7–8 Abwandlungen und Verfremdungen des One-does-not-simply-Memes (<https://imgflip.com/i/s00zo>; www.pinterest.de [<https://is.gd/J80Q97>]).

spiel für ein Langzeit-resistentes, häufig mutiertes Meme ist die One-does-not-simply(-walk-into-Mordor)-Szene aus *THE LORD OF THE RINGS – THE FELLOWSHIP OF THE RING* (Peter Jackson, NZ/USA 2001, Abb. 6). Dessen «kulturelle Evolution» (ibid.) erstreckt sich über Variationen des einfachen «One does not simply»-Textbausteins bis hin zu Bearbeitungen, Verfremdungen und dem Austausch des Ursprungsmotivs durch Bilder, die dieses in Gestik und Haltung nachzuahmen *scheinen*, die also bereits Memes eines Memes sind (Abb. 7–8) und das überbordende Bildphänomen so noch weitere Kreise ziehen lassen. Die in den Captions untergebrachten Referenzen zu im Aufwand unterschätzten Vorhaben, die sich eben nicht «einfach so» umsetzen lassen, reichen von alltäglichen Mikrobeobachtungen («One does not simply clean up glitter») über intertextuelles Wissen («One does not simply survive a movie / the first season»²) bis hin zu gesellschaftlichen Debatten («One does not simply build a wall»).

Während manche Variationen dieses Memes aus ästhetischer Sicht als unordentlich oder unsauber im Sinne mangelhafter Bildqualität oder wenig sorgfältiger Montage erscheinen, bringt seine serielle Reproduktionsweise dann doch Ordnung in die Bilder (Abb. 1–3, 6). Immer geht es um die Reiteration des vom Ursprungsmotiv vorgegebenen Grundmusters. Etwas zu memen bedeutet, den *Sweetspot* zwischen Redundanz und Abwandlung zu finden. Auch muss die Meme-Vorlage interpretativ offen genug sein, um diverse Anpassungen, Bearbeitungen und Rekontextualisierungen zuzulassen, aber auch spezifisch genug, um wiedererkennbar und kulturell verortbar zu sein. Nur so können sie etwa zu Insider-Witzen

2 Anspielung auf den häufigen Schauspielertod von Sean Bean, dessen (später im Film versterbende) *LORD OF THE RINGS*-Figur Boromir im Zentrum des Memes steht.

innerhalb einer spezialisierten Telegram-Gruppe als auch zu universell gefeierten Statements auf verschiedensten Plattformen werden. Offenbar zeichnet sich das One-does-not-simply-Meme ebenso wie das Motiv der drei Affen durch seine «effektive Verwertbarkeit» (Gerling/Holschbach/Löffler 2018, 219), d. h. eine schier unerschöpfliche Wiederholbarkeit und Variabilität aus. Jegliches memetische Potenzial gründet sich also auf einer Mischung aus intersubjektiver Nachvollziehbarkeit (relatable content) und flexibler Anwendbarkeit (appropriable content) des Ausgangsmotivs.

Der epistemologischen und phänomenologischen *messiness* von Memes als Form steht die serielle Logik und konstitutive «Musterhaftigkeit» (Osterroth 2015, 33) «nachhaltiger» Memes entgegen, die den gleichen Content durch variante Wiederholung immer weiter reproduzieren und aktualisieren (Pauliks 2017, 110). Das Meme als kulturelle Praxis erfolgt dennoch dezentralisiert, durch verschiedenste Akteur:innen und in der grundsätzlich chaotischen Sphäre des World Wide Web (Nissenbaum/Shifman 2017, 484). Auch tragen Serialität als Prozess unendlicher Wiederholungen im Allgemeinen und Meme-Serien als unerschöpfliche Verkettungen von Referenzen im Speziellen ihren Teil zur Unübersichtlichkeit des Phänomens bei. Falsche oder ungenaue Bild-Text-Zuschreibungen³ und obskure Kombinationen mehrerer Memes sind dabei keine Seltenheit. Zugleich konsolidieren und regulieren Memes sich selbst mit der Zeit und mithilfe standardisierter «Baupläne» und Gestaltungstools. Im Wald der «Phäno-Meme» lassen sich so einige durchaus ordnende Prinzipien ausmachen, u. a.

- Templates, d. h. Vorlagen für Memes, die durch passende Captions oder Bilder ergänzt werden,⁴
- normierte Captions und Gegenüberstellungen von Motiven («How it started – how it’s going», «Me – also me», «Me, when [...]», u. v. m.),

3 Im o. g. Fallbeispiel wird z. B. die «One does not simply walk into Mordor»-Zeile meist einem Still zugeordnet, das zwar der richtigen Szene entstammt, aber eine andere Stelle im Monolog der Figur abbildet.

4 Neben dem o. g. «One does not simply»-Template z. B. auch «Laughing Leo» (aus: DJANGO UNCHAINED, Quentin Tarantino, USA 2012); «Gru’s Plan» (aus: DESPICABLE ME, Pierre Coffin / Chris Renaud, USA 2010); «Jack Sparrow being chased» (aus: PIRATES OF THE CARIBBEAN – DEAD MAN’S CHEST, Gore Verbinski, USA 2006); «Brace Yourselves – x is coming» (aus: GAME OF THRONES, David Benioff / D. B. Weiss, USA 2011–2019); «Sad Pablo Escobar» (aus: NARCOS, Carlo Bernard / Chris Brancato / Doug Miro, USA 2015–2017); um bei Film- und Serienbeispielen zu bleiben). Weitere Templates aus der Populärkultur: «Distracted Boyfriend», «Disaster Girl», «Drake Hotline Bling», «Batman Slapping Robin», «Is this a Pigeon» u. v. m.

- TikTok-Audios, die als Vorlagen für die Lipsync-Videos dienen,
- thematisch sortierte oder verschlagwortete GIFs zur Illustration von Instagram-Stories oder zum Versenden auf Messenger-Diensten, u. v. m.

Beim Erstellen eines Memes stehen uns heute außerdem zahlreiche Meme-Generatoren und Prototypen zur Seite; Webseiten wie *Know Your Meme* wiederum helfen beim Einordnen und korrekten Gebrauch. Die memetischen Vokabeln und Grammatiken zu «beherrschen» und damit Resonanz in der intendierten Zielgruppe zu erzeugen, gehört eben zur Digital (Meme) Literacy wie das Erkennen und Einordnen intertextueller Referenzen.

Reichen nun die erwähnten Bedingungen, Muster und Erfolgsmaße aus, um Ordnung in die *messiness* der Memes zu bringen? Besteht nicht, auch wenn der Gegenstand theoretisch strenger eingegrenzt würde, dennoch eine außerordentliche Breite der Memes? Allein die Varianten des obigen One-does-not-simply-Beispiels sind in punkto intersubjektiver Nachvollziehbarkeit sehr unterschiedlich. Je nachdem, wie ausgeprägt das referenzielle Netzwerk hinter dem Meme ist, erweisen sich Memes als beides: relativ voraussetzungslos oder überaus voraussetzungsreich. Daran zeigt sich einmal mehr, wie Memes auf umkämpftes kulturelles Kapital referieren, sogar selbst als solches gefasst werden können (Nissenbaum/Shifman 2017, 483). Unter diesem Gesichtspunkt erscheint es nur bedingt sinnvoll, bestimmte Urheber:innen von Memes und Produktionskontexte des Memens oder nicht-virale Kontexte außer Acht zu lassen. Auch erzeugen ja gerade die von (Semi-)Professionellen und nicht-privaten Nutzer:innen stammenden Memes eine neue, künstliche Ordnung, wenn sie in vorgezeichnete kommunikative und kommerzielle Bahnen gelenkt werden. Oder grundsätzlich gesprochen: Die Unübersichtlichkeit und Unberechenbarkeit der Bildform als solche und die Strategien zur Standardisierung und Vorstrukturierung memetischer Inhalte ließen sich zusammendenken. Sie erscheinen mir als zwei Seiten – oder zwei Entwicklungsphasen – einer ausufernden medienkulturellen Praxis der *messiness*. Wo Unordnung herrscht, will schließlich immer jemand Ordnung schaffen oder aber vom Chaos profitieren. Der Gegenstand des Memes, die Aktivität des Memens und auch unser theoretischer Zugriff darauf dürften daher ständig mutieren.

Literatur

- Breitenbach, Patrick (2015) Memes: Das Web als kultureller Nährboden. In: *New Media Culture: Mediale Phänomene der Netzkultur*. Hg. v. Christian Stiegler, dems. & Thomas Zorbach. Bielefeld: Transcript, S. 29–50.
- Bristow, Dan (2019) The Work of Art(iculation) in the Age of Memic Rhythmicality: Memes between Form, Content, and Structure. In: *Post Memes*. Hg. v. Alfie Bown & dems. New York: Punctum Books, S. 115–136.
- Denisova, Anastasia (2019) *Internet Memes and Society. Social, Cultural, and Political Contexts*. London: Routledge.
- Gehlen, Dirk von (2020) *Meme. Muster digitaler Kommunikation*. Berlin: Wagenbach.
- Gerling, Winfried / Holschbach, Susanne / Löffler, Petra (2018) *Bilder verteilen. Fotografische Praktiken in der digitalen Kultur*. Bielefeld: Transcript.
- Goriunova, Olga (2013) Die Kraft der digitalen Ästhetik. Über Meme, Hacking und Individuation. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 8,1, S. 70–87.
- Herwig, Jana (2018) Viralität als Sonderfall: über Selfies, Serialität und die Wahrscheinlichkeit der Kommunikation im Social Web. In: *kommunikation @ gesellschaft* 19,4, S. 1–19.
- Journell, Wayne / Clark, Christopher H. (2019) Political Memes and the Limits of Media Literacy. In: *Unpacking Fake News: An Educator's Guide to Navigating the Media with Students*. Hg. v. Wayne Journell. New York: Teachers College Press, S. 109–125.
- Maeder, Dominik / Wentz, Daniela (2014) Digital Seriality as Structure and Process. In: *Eludamos. Journal for Computer Game Culture* 8,1, S. 129–149.
- Nissenbaum, Asaf / Shifman, Limor (2017) Internet Memes as Contested Cultural Capital: The Case of 4chan's /b/ board. In: *New Media & Society* 19,4, S. 483–501.
- Osterroth, Andreas (2015) Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. In: *IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft* 11,22, S. 26–46.
- Pauliks, Kevin (2017) *Die Serialität von Internet-Memes*. Glückstadt: VWH.
- Pilipets, Elena (2016) #QueerMemes. In: *MedienJournal* 40,4, S. 50–64.
- Seyfert, Robert / Roberge, Jonathan (2017) Was sind Algorithmus-

- kulturen? In: *Algorithmenkulturen. Über die rechnerische Konstruktion der Wirklichkeit*. Hg.v. Robert Seyfert & Jonathan Roberge. Bielefeld: Transcript, S. 7–40.
- Shifman, Limor (2014) *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin: Suhrkamp.
- Weich, Andreas / Julius Othmer (2016) Unentschieden? Subjektpositionen des (Nicht-)Entscheidungers in Empfehlungssystemen am Beispiel von Amazon. In: *Medien der Entscheidung*. Hg.v. Tobias Conradi, Florian Hoof & Rolf F. Nohr. Berlin: LIT, S. 131–149.
- Zidani, Sulafa / Moran, Rachel E. (2021) Memes and the Spread of Misinformation: Establishing the Importance of Media Literacy in the Era of Information Disorder. In: *Teaching Media Quarterly* 9,1, S. 1–16.