

Dominik Maeder

Die Anordnung der Dinge. Pinnwand und Netz

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/23399>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Maeder, Dominik: Die Anordnung der Dinge. Pinnwand und Netz. In: *AugenBlick. Konstanzer Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 68: Bis auf Weiteres. Pinnwand und Serie (2017), Nr. 79. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/23399>.

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>

Die Anordnung der Dinge

Pinnwand und Netz

Zu den Paradoxien post-kinematographischer¹ wie post-televisueller Visualität gehört der Umstand, dass das Netz, die visuelle und metaphorische Leitform des Digitalzeitalters, kaum als solche in Erscheinung tritt: Das Netz wird nur selten als Netz operativ; die Bilder, mit und in denen wir im Internet, vor allem in den Sozialen Netzwerken handeln, sind just keine Bilder von Netzen, wiewohl sie fraglos als Effekte und Agenten von Vernetzung bestimmbar sind. In geradezu banaler Weise evident wird dies in dem wohl meistgenutzten Interface des *world wide web*, nämlich der Startseite des Suchdienstes *Google*: Diese kartiert ja eben nicht die etwa 60 Billionen indexierten Websites, die dem Suchvorgang zugrunde liegen, sondern zeigt lediglich eine einzige simple Leiste für textbasierte Suchanfragen unterhalb des Logos. Während also das bloße Aufrufen der Seite bereits eine hochgradig komplexe materielle wie immaterielle Netzinfrastruktur voraussetzt, der Suchvorgang diese aktiviert² und sich selbst wiederum als Vernetzungsagent in das Netz ein- und es damit umschreibt, wird das Netz doch zu keinem Punkt als Netz ansichtig.

Sind Bilder von Netzen für die Kulturgeschichte von Netzwerken oder die Epistemologie von medialen Infrastrukturen so zweifelsohne von überragender Bedeutung³, so bleiben sie im operativen Umgang mit dem *world wide web* nahezu irrelevant: Das Netz wird als Netz effektiv eben durch diese besondere Schichtung von Sicht- und Unsichtbarkeit.⁴ Und nur weil es nicht permanent seine gesamte Komplexität und Ausdehnung vor Augen stellt, bleibt das *world wide web* überhaupt offen für die Tätigkeit menschlicher Akteure. Wenn das *www* aber gar nicht in Netzform anschaulich wird, stellt sich die Frage, welche ästhetischen Formen für die visuelle Kultur des Netzes denn überhaupt als maßgeblich zu bestimmen sind?

1 Vgl. zur Diskussion und Übersicht über das Post-Kinematographische als neuem medialen Produktions- und Wahrnehmungsregime Shane Denson, Julia Leyda (Hrsg): *Post-Cinema. Theorizing 21st-Century-Film*. Falmer 2016.

2 Laut Google legt eine durchschnittliche Suchanfrage 2400km physischer Signalstrecke während des Suchvorgangs zurück: <https://static.googleusercontent.com/media/www.google.de/de/de/insidesearch/howsearchworks/assets/searchInfographic.pdf> (27.06.2016).

3 Vgl. etwa Sebastian Gießmann: *Die Verbundenheit der Dinge. Eine Kulturgeschichte der Netze und Netzwerke*. Berlin 2014, insb. die Kapitel zur Bildgeschichte der Netzwerke.

4 Dies lässt sich dann auch für weitere sozio-technische Netze, etwa das urbane Netz, geltend machen. Vgl. dazu Gabriele Schabacher: Unsichtbare Stadt. Zur Medialität urbaner Architekturen. In: *zfm. Zeitschrift für Medienwissenschaft* 12(1), 2015: Medien/Architekturen, S. 79–90.

Naheliegender wäre die Antwort: Alle möglichen! Denn mehr noch als ein eigenständiges visuelles Formenrepertoire auszubilden, *vernetzt* das Netz vor allem bestehende kinematografische, fotografische, televisuelle und computergenerierte Bilder, «remediatisiert»⁵ sie. Die spezifische visuelle Kultur des Netzes bestünde entsprechend darin, über gar keine Medienspezifika zu verfügen.⁶ Dies leuchtet einerseits unmittelbar ein: Ohne eine grundlegende Pluralität, Diversität und Heterogenität von Bildern, Bildtypen, Bildformen und Bildmedien ist eine visuelle Kultur des Netzes nicht zu denken, in der komprimierte, kleinformatige und verwickelte Katzenvideos anonymer Urheberschaft die selbe Wirklichkeitsebene einnehmen wie eine ultrahochauflöste Digitalfotografie der MONA LISA⁷, die von Menschen und Computern kooperativ erstellten virtuellen Welten von Online-Spielen wie etwa MINECRAFT, die ihrerseits wiederum per *screen capturing* dokumentiert und veröffentlicht werden⁸, der Kamerablick auf die Erde von der internationalen Raumstation ISS⁹ oder der Livestream eines Mordes¹⁰.

So disparat der mediale, ästhetische, historische, epistemische und ethische Einsatz dieser Bilder sein mag, so eint sie jedoch andererseits der Ort ihres Erscheinens: Aufgefunden werden sie über Suchmaschinen, Soziale Netzwerke oder Plattformen, werden dort mit anderen, zum Teil ähnlichen, teils aber auch in erheblichem Maße unähnlichen Bildern versammelt, collagiert und distribuiert. Auf den graphischen Benutzeroberflächen von *Google*, *facebook*, *YouTube* oder *Flickr* findet die potenzielle Unendlichkeit möglicher Bilder im Netz somit ihr begrenzendes wie nivellierendes Prinzip. In den von *Google* generierten Ergebnislisten, in der «timeline» von *facebook*, dem «feed» von *YouTube* oder den Bilderzeilen von *Flickr* erscheinen sie als Bilder unter Bildern. Und sie erscheinen eben nur als solche: Im Netz gibt es kein Bild im Singular, sondern stets nur Bilder im Plural – Bilder, die mit anderen Bildern in Beziehungen der Ähnlichkeit, Nähe oder Konkurrenz stehen und überhaupt nur als solche auffindbar sind¹¹, also «nie einfach nur Bilder, sondern

5 Jay David Bolter, Richard Grusin: *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge/London 2000.

6 Eine ähnliche Argumentation ließe sich freilich schon mit Bezug auf das Fernsehen vorbringen, vgl. Ralf Adelman, Markus Stauff: Ästhetiken der Re-Visualisierung. Zur Selbststilisierung des Fernsehens. In: Oliver Fahle, Lorenz Engell (Hrsg.): *Philosophie des Fernsehens*. München 2006, S. 55–76.

7 https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b1/Mona_Lisa%2C_by_Leonardo_da_Vinci%2C_from_C2RMF.jpg (27.06.2016).

8 Hier etwa, um der Erzwingung thematischer Kohärenz willen, der Nachbau des Louvre in MINECRAFT: <https://www.youtube.com/watch?v=hSyv2vhR0i4> (27.06.2016).

9 <http://www.nasa.gov/multimedia/nasatv/index.html#iss> (27.06.2016).

10 Gemeint sind hier im Besonderen zwei Fälle aus dem Juli 2016, in denen US-amerikanische Polizisten Afroamerikaner erschossen haben und die Videoaufnahmen der Taten auf *Facebook Live* in Echtzeit gestreamt wurden.

11 Felix Thürlemann verweist darauf, dass solch pluralen Bilder, die er «Hyperimages» nennt, kunsthistorisch ein Nischendasein gefristet haben, jedoch – man denke etwa an Bilderarrangements in Galerien und Museen – sehr wohl zum visuellen Gedächtnis des Abendlandes gehören. Vgl. Felix Thürlemann: Vom Einzelbild zum «Hyperimage». Eine neue Herausforderung für die

immer Bestandteile eines Programms, das sie zeigt, verarbeitet und Einfluss darauf nehmen kann, was mit und im Bild geschieht».¹² Und genau diese «scripted spaces»¹³ der Interfaces, an denen die Bilder zum Erscheinen gebracht, versammelt und relationiert werden, lassen sich wiederum als visuelle Formen, als Bilder gar oder besser: als Meta-Bilder beschreiben, die andere Bilder zum Inhalt haben und diese operabel machen. Interface-Bilder sind genau jene Bilder, deren Spezifikum ihre Nicht-Spezifität ist, ihre Fähigkeit, gänzlich andere Bildtypen, -formen und -medien zu beherbergen.

Um diese Interfacebilder als nicht-spezifischem Spezifikum visueller Kultur im Netz wird es im Folgenden gehen. Anhand des Sozialen Netzwerks *Pinterest* soll dabei aufgezeigt werden, dass Bildanordnungen im Netz nicht nur das Motiv der Pinnwand zu ihrer Selbstbeschreibung aufrufen, sondern die sich in der Pinnwand verdichtenden, diagrammatischen Logiken und Verfahren non-linearer Serialisierung ins Werk setzen und zu grundlegenden Prinzipien einer visuellen Ökonomie von Dingen, Menschen, algorithmischen Prozessen und Affekten werden lassen.

Dafür gilt es zunächst, sich von einer populären Vorannahme über Interfaces zu trennen, nämlich der Vorstellung ihrer Durchsichtigkeit, Simplizität oder intuitiven Operierbarkeit: Wie den meisten medialen Formen eignet zwar auch Interfaces das Charakteristikum, dass ihre gelingende Vermittlungsleistung die Vermittlungsinstanz unsichtbar werden lässt, das Medium also hinter seinen Inhalten zurücktritt. Das Gelingen dieser Mediatierungsleistung bleibt aber unabdingbar gebunden an die generative epistemisch-ästhetische Kraft des Interfaces; seine gelingende Vermittlung bewahrt – in Abwandlung der bekannten Mediendefinition von Sybille Krämer – die Spur des Mediums am Vermittelten.¹⁴ Interfaces funktionieren mithin, weil sie Ordnungen und Formen hervorbringen, die ihre zeitsensible und zielgerichtete Nutzung überhaupt erst ermöglichen, indem sie die präsentierten Sachverhalte verknappen, verflachen, verkürzen, verbinden. Nur ob ihrer medialen Generativität «funktionieren» sie, bringen also epistemisch-ästhetische Ordnungen hervor, die gerade nicht in simpler, intuitiver Weise vorgängige Sachverhalte abbilden, sondern immer ein Moment von kreativer Dysfunktion, von willkürlicher Erfindung der Ordnung beinhalten. Ihre Operierbarkeit verdanken Interfaces folglich einer basalen «unworkability»¹⁵, einer konstitutiven epistemischen Opazität,

kunstgeschichtliche Hermeneutik. In: Ada Neschke-Hentschke (Hrsg.): *Les herméneutiques au seuil du XXIème siècle – évolution et débat actuel*. Paris 2004, S. 223–247.

12 Stefan Heidenreich: Neue Medien. In: Klaus Sachs-Hombach (Hrsg.): *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt a. M. 2005, S. 381–392, hier S. 381.

13 Daniel Chamberlain: Scripted Spaces. Television Interfaces and the Non-Places of Asynchronous Entertainment. In: James Bennett, Niki Strange (Hrsg.): *Television as Digital Media*. Durham, London 2011, S. 233–254, hier S. 239.

14 Vgl. Sybille Krämer: Das Medium als Spur und Apparat. In: dies. (Hrsg.): *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt a. M. 1998, S. 73–94.

15 Alexander R. Galloway: *The Interface Effect*. Cambridge/Malen 2012, S. 53.

die jedoch die Bedingung gelingender Vermittlung darstellt. Gerade darum sind die konkreten ästhetischen Formen, die Interfaces ins Werk setzen, von herausragendem Interesse: Die generative epistemische Kraft visueller Anordnungen bringt allererst Ordnungswissen samt seiner potenziellen ideologischen Konsequenzen hervor – und bildet es eben nicht bloß ab.¹⁶

Die immer noch maßgeblichen Überlegungen zur Formästhetik Neuer Medien stellen die Ausführungen Lev Manovichs zu narrative und database als basalen Prinzipien von Visualität im Netz dar. Ihm zufolge wirken die graphischen Schnittstellen des Interfaces nach zwei Seiten: Zum einen visualisieren, selektieren und hierarchisieren sie über algorithmische Verfahren die zugrundeliegenden Datenbanken, zum anderen ermöglichen sie, mit diesen visualisierten Informationen zu interagieren, durch die verräumlichten Repräsentationen hinterlegter Datensätze zu navigieren. Diese Operationen verzeitlichen so die synchronen Datenräume, übersetzen sie in diachrone Narrative, deren Kausalstrukturen sich immer nur durch Interaktion performativ ergeben. Die antagonistische Fassung von Datenbank und Narration – «*database and narrative are natural enemies*»¹⁷ – ist dabei jedoch durchaus folgenreich: Datenbanken als paradigmatische und Narrationen als syntagmatische Operationen werden in dieser Netzontologie zu unhintergehbaren medientechnischen Agenten eines Widerstreits, der gleich mit einer ganzen Reihe problematischer metaphysischer Binaritäten (präsent/absent, materiell/virtuell, sichtbar/unsichtbar) kongruiert.¹⁸ Diese Argumentation vernachlässigt nicht zuletzt, dass Datenbank und Narration in phänomenologischer Perspektive gar nicht separat, sondern immer schon zusammen im Raum des Interfaces koexistieren und erst aus diesem gemeinsamen Raum als unterscheidbare Prinzipien hervortreten. Die basale Rolle des Interfaces als ästhetischer Vermittlungsinstanz von Datenbanken an Selektionspraktiken wird so mit Manovich letztlich nicht als generatives visuelles Prinzip denkbar.

Gerade mit Blick auf zeitgenössische Formen von Interfaces lässt sich jedoch mit und über Manovich hinaus zeigen, wie scheinbar tabellarische Datenbank-Ästhetiken eben keiner Substitutions-, sondern einer Anschlusslogik folgen – paradigmatische Anordnungen sind dementsprechend immer auch schon mögliche syntagmatische Verkettungen, potenzielle Pfade der Rezeption.¹⁹ Genau hier lässt sich

16 Vgl. Chamberlain, S. 232 ff.

17 Lev Manovich: *The Language of New Media*. Cambridge/London 2001, S. 225.

18 Diese dualistische Logik ließe sich als Erbe des de Saussure'schen Zeichenbegriffs lesen, auf den Manovich prominent verweist (vgl. Manovich 2001, S. 229 ff.). Siehe zur grundlegenden Kritik dieses Binarismus: Jacques Derrida: *Grammatologie*. Frankfurt a.M. 1974, S. 110 ff. Des dort entfalteten, non-dualistischen Begriffs der *Spur* bedient sich dann auch Sybille Krämer für die Formulierung ihrer maßgeblichen Überlegungen zur *Diagrammatologie* (vgl. Sybille Krämer: *Operative Bildlichkeit. Von der <Grammatologie> zu einer <Diagrammatologie>? Reflexionen über erkennendes <Sehen>*. In: Martina Heßler, Dieter Mersch (Hrsg.): *Logik des Bildlichen. Zur Kritik der ikonischen Vernunft*. Bielefeld 2009, S. 94–122).

19 Vgl. Dominik Maeder, Daniela Wentz: Digital Seriality as Structure and Process. In: *Eludamos. Journal for Computer Game Culture* 8(1), 2014, S. 129–149; N. Katherine Hayles: *How We Think*.

dann auch ein Begriff von Serialität als Ebene der Ununterscheidbarkeit von Datenbank und Narration produktiv machen. So verweist etwa Stephanie Boluk auf den Umstand, dass die Renaissance seriellen Erzählens im Fernsehen direkt an die Expansion von Datenbankmedien (DVD, Streaming-Dienste, Online-Videotheken) gebunden ist:

[...] it is not that database aesthetics are inimical to narrative but it is precisely on account of databases that serial narratives have been allowed to flourish due to the increased storage and transmission capabilities made possible by digital technology. The more easily accessible a serial object, the greater push for continuous, intertwined plots and large ensemble casts of complex characters.²⁰

Dies lässt sich für den Serienbegriff aber auch konzeptuell behaupten, wenn man etwa Stanley Cavells, vor allem an der Sitcom gewonnenen Begriff von Serialität heranzieht. Für Cavell zeichnen sich televisuelle Serien gegenüber kinematographischen Genrekonzeptionen gerade durch den Umstand ihrer formelhaften Hervorbringung aus, die zu einer paradigmatischen Substituierbarkeit von Episoden untereinander führt: «jedes Beispiel [ist] die vollkommene Exemplifikation des Formats».²¹ Serielle Innovation ist demzufolge durch das Maß an kombinatorischer Variabilität definiert, welches die «Formeln», d.h. die zugrundeliegenden, selbster-schaffenen Permutationsregeln der Serie erlauben. Episoden sind – folglich – nicht bloße Abfolgen, sondern Manifestationen eines virtuellen generativen Prinzips und die Serie wäre das Diagramm dieser Hervorbringung von Episoden: «Serien sind als Formate demnach tendenziell simultan gegeben, sie operieren wie Matrizes oder wie Diagramme in einer eher flächigen Anordnung, deren einzelne Kombinationen nacheinander aktualisiert werden.»²² Abfolge ist dementsprechend immer auch Abwandlung und damit gerade nicht narrativ kohärent, sondern permutativ kontingent. Vermittels des Begriffs der Serie lassen sich Sukzession und Selektion – Narration und Datenbank – so gerade nicht als sich widerstreitende Prinzipien, sondern als komplementär zueinander begreifen. Gerade rezente Fernsehserien – wiewohl nicht am Paradigma episodischer Sitcoms orientiert – machen in

Digital Media and Contemporary Technogenesis. Chicago/London 2012, S. 176 ff.

- 20 Stephanie Boluk: Seriality, the Literary and Database in Homestar Runner: Some Old Issues in New Media. In: *Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference. after media: embodiment and context*, 2009. Online: <http://escholarship.org/uc/item/07z9459z> (19.7.2016). In der Fernsehforschung ist dies als Wandel vom *broadcasting* zum *publishing* angeschrieben worden, vgl. Derek Kompare: Publishing Flow: DVD Box Sets and the Reconceptation of Television. In: *Television & New Media* 7(4), 2006, S. 335–360.
- 21 Stanley Cavell: Die Tatsache des Fernsehens. In: Ralf Adelman, Jan O. Hesse, Judith Keilbach, Markus Stauff, Matthias Thiele (Hrsg.): *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft. Theorie – Geschichte – Analyse*. Konstanz 2001, S. 125–164.
- 22 Lorenz Engell: *Fernsehtheorie zur Einführung*. Hamburg 2012, S. 17f. Vgl. außerdem Oliver Fahle: Im Diesseits der Narration. Zur Ästhetik der Fernsehserie. In: Frank Kelleter (Hrsg.): *Populäre Serialität: Narration – Evolution – Distinktion. Zum seriellen Erzählen seit dem 19. Jahrhundert*. Bielefeld 2012, S. 169–181.

besonderer Weise von diesen differenziellen und transformativen Serialisierungsverfahren Gebrauch.²³ Und sie reflektieren diesen Umstand schließlich in jenen diagrammatischen Anordnungen von Pinnwänden, Tafeln und Whiteboards sowie den prägenden Formen operativer Bildlichkeit²⁴, die in diesem Heft zentral gestellt werden.

Gerade das Formrepertoire operativer Bildlichkeit wird aber eben nicht nur durch Reflexionsleistungen von TV-Serien abgerufen, sondern begegnet uns an zentralen Stellen in der Interaktion mit netzbasierten Plattformen, nämlich eben in ihren graphischen Benutzeroberflächen. Diese rufen schon semantisch den Rahmen von Inskriptions- und Anzeigeflächen (wall, *platform*, *dashboard*, grid), abstrakten Zeichnungsformen (*timeline*, Profil) sowie prozessualen Einschreibe-, bzw. Einspeisungsvorgängen (*subscription*, *feed*) auf und verorten sich so mediengenealogisch im Register des Skripturalen und Graphischen, das eine Seite des schriftbildlichen Charakters diagrammatischer Bildlichkeit abgibt. Ihrer visuellen Form nach bilden sie modulare oder tabellarische Bildformen aus, die auf die prinzipielle Substituierbarkeit, ihre Flächigkeit, also auf die Genese der Bildinhalte als Selektionsprozess verweisen. Interfaces eignet damit auch eine doppelte Funktionsweise: Sie versammeln einerseits Ähnliches und zentrieren so Inhalte umeinander, andererseits eröffnen sie potenzielle Pfade durch Datenbanken, die letztlich es vor allem ermöglichen sollen, auf Neues zu stoßen, verschachteln also – darin wiederum seriell operierend – Dynamiken von Wiederholung und Differenz in navigierbare visuelle Topographien.²⁵

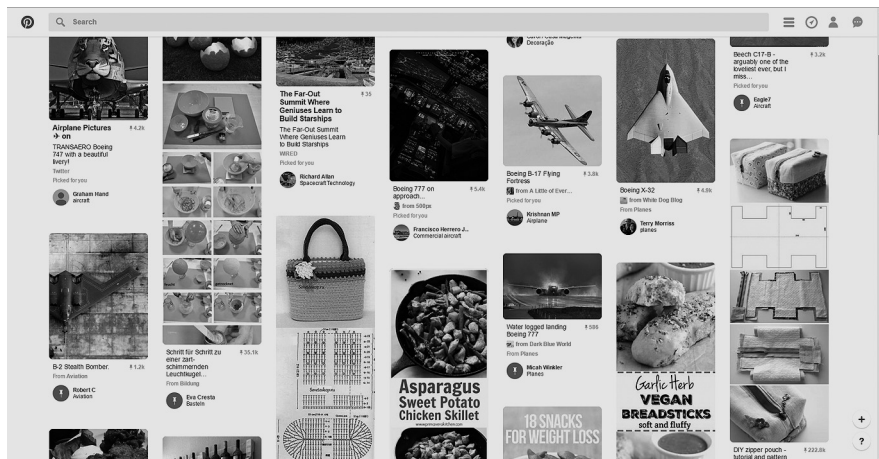
Wenn Interfaces also dazu tendieren, die diagrammatischen Funktionsprinzipien von Pinnwänden zu inkorporieren, so kann die semantische Anrufung der Pinnwand durch die Plattform *Pinterest* als Reflexion dieser Entwicklung gelesen werden. In der Tat operiert *Pinterest* auf einer höheren Vernetzungsebene als etwa *YouTube*, da das 2009 gegründete Soziale Netzwerk in erster Linie keine in ihr selbst hinterlegten Inhalte indexiert und präsentiert (so wie es bei *YouTube* Videos sind, die nur auf der Plattform zu finden sind), sondern selbst wiederum Inhalte diverser anderer Webseiten und Sozialer Netzwerke zusammenführt.

Einträge auf *Pinterest*, sogenannte «Pins», entstehen mithin nicht dadurch, dass Nutzer originäre Inhalte auf die Seite laden, sondern Inhalte anderer Seiten, also etwa *YouTube*-Videos, Instagram-Fotos, Blog-Einträge, usw. verlinkt, auf das

23 Vgl. dazu Benjamin Beil, Lorenz Engell, Dominik Maeder, Jens Schröter, Herbert Schwaab, Daniela Wentz: *Die Fernsehserie als Agent des Wandels*. Münster 2016.

24 Operativität meint nach Krämer 2009 eine Form von Bildlichkeit, die einerseits «Handhabbarkeit und Explorierbarkeit» (S. 98) impliziert, also Tätigkeiten im und mit dem Bild ermöglicht und herausfordert, andererseits über generatives Potenzial, also die oben schon für das Interface hervorgehobene Fähigkeit verfügt, das Dargestellte im Akt der Darstellung mit hervorzubringen (vgl. ebd., S. 104 ff.).

25 Vgl. mit einer Fallanalyse zu YouTube etwa Stephen Monteiro: Mapping Moving-Image Culture: Topographical Interface and YouTube. In: *The Fibreculture Journal. Digital Media + Networks + Transdisciplinary Critique* 23, 2014, S. 27–46.



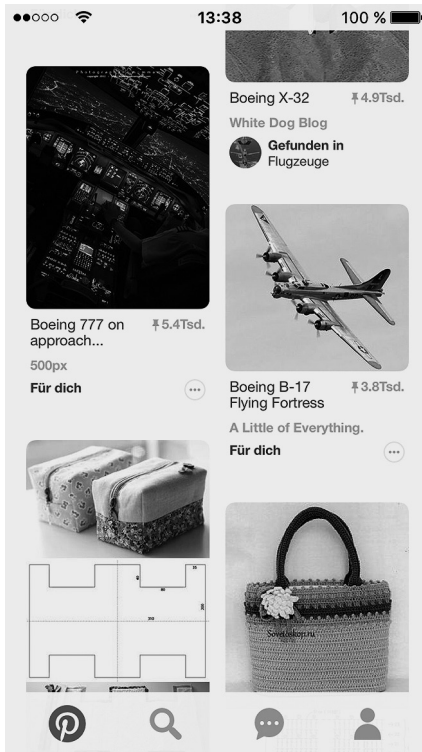
1 Exemplarischer ›home feed‹ der *Pinterest*-Seite des Autors, Desktop-Version

›pinboard‹ des Nutzers ›gepinnt‹ werden.²⁶ Für *Pinterest*-Nutzer ist es dann möglich, eigene Pinnwände zu erstellen, einzelnen Pinnwänden, allen Pinnwänden eines Nutzers oder übergeordneten Themen zu ›folgen‹ – die Plattform kreiert daraus den ›home feed‹, die personalisierte Startseite, die laufend um ›pins‹ ergänzt wird, die auf Basis expliziter wie impliziter Nutzungspräferenzen automatisiert angezeigt werden.²⁷ Dieser ›home feed‹ wird selbst wiederum in Form einer Pinnwand präsentiert, die sich ob ihrer starken Räumlichkeit sehr markant etwa von der linear-vertikalen ›timeline‹ von *Facebook* oder dem ›feed‹ von *Twitter* abhebt (vgl. Abb 1).

Eines der wesentlichen Gestaltungsprinzipien tritt in der mobilen Applikation noch deutlicher hervor: Die fehlende Horizontalität des Smartphone-Bildschirms führt zwar zwangsläufig zu einer räumlichen Verknappung, die den Pinnwand-Charakter erheblich beeinträchtigt; zugleich stellt die automatisierte Komposition der zwei Bildspalten jedoch sicher, dass der Eindruck einer abgeschlossenen tabellarischen Form verhindert wird, indem die Bilder nach ihrer Höhe so aneinander ausgewählt und angepasst werden, dass mindestens immer ein Bild nur unvollständig angerissen wird. Somit wird eine diagonale Betrachtungsdynamik zwischen den Bildern ins Werk gesetzt (vgl. Abb 2).

26 Der Prozess des ›Pinnens‹ ist dabei durch Schnittstellen zu kooperierenden Seiten stark vereinfacht – nach entsprechender Anmeldung genügt etwa bei *YouTube* oder *Amazon* ein Klick auf das *Pinterest*-Logo, um entsprechende Inhalte zu teilen.

27 Wie bei den meisten Sozialen Netzwerken resultiert aus diesen Rückkopplungsschleifen zwischen Nutzung und Gestaltung der Effekt, dass mit verstärkter Nutzung die angezeigten Ergebnisse verfeinert und verbessert werden – bei der Registrierung ist so zwar schon die Auswahl einer Reihe von übergeordneten ›topics‹ (etwa DIY, Fashion, Bildung, etc.) notwendig, die daraus generierten Ergebnisse bleiben jedoch wenig passgenau.



2 Exemplarischer ›home feed‹ der Pinterest-Seite des Autors, iOS-Version

Die Gestaltung des Interfaces zielt mithin sehr klar darauf ab, nicht indexikalische Abgeschlossenheit zu suggerieren, sondern vor allem haptische Bildbewegungen (*scrolling*) zu initiieren, die auf Unabgeschlossenheit, Neuheit und Entdeckung abgerichtet sind. In phänomenologischer Hinsicht hätten wir es hier also gar nicht mit einer Pinnwand – deren epistemologische Leistung sich ja durchaus ihrer Gerahmtheit verdankt – zu tun, sondern mit fortwährenden Akten des Anpinnens, Entpinnens und Umpinnens: Die Strukturen, die auf der Pinnwand abgebildet werden, werden mithin durch das Abbilden immer auch prozessual hervorgebracht, die Nutzung der Pinnwand garantiert ihre eigene, serielle Fortsetzbarkeit, in der Abfolge und Variation ununterscheidbar geworden sind. Die Pinnwände von *Pinterest* sind also in ähnlicher Weise rekursiv und heterochronisch wie die Pinnwände rezenter Fernsehserien.²⁸

Dies wird noch einmal besonders manifest, wenn man sie als Diagramme liest und mit der Semantik und Ökonomie

des Interesses so zusammenzieht wie *Pinterest* dies ja schon in seiner Namensgebung vollzieht: Die Genealogie des Interesses im Liberalismus verweist auf ökonomische Ursprünge der Vorstellung und Erfindung von Interessenssubjekten, die immer schon als ökonomische Subjekte in Erscheinung treten; als Subjekte also, die mit Berechnung ihre Entscheidungen vollziehen und in diesem Kalkül selbst berechnen- und regierbar werden.²⁹ Interessen sind der liberalistischen Lesart zufolge, gerade weil sie subjektiver Natur sind und sich ihre Gründe somit immer schon rationalen Zugängen vermeintlich entziehen, jeder systematischen Manipulation enthoben, jedem Kalkül vorgängig und gerade darum verlässlich: «Der *Homo oeconomicus* ist die einzige kleine Insel möglicher Rationalität innerhalb eines Wirtschaftsprozesses, dessen unkontrollierter Charakter der Rationalität des

28 Vgl. den Beitrag von Anne Ganzert zu FLASHFORWARD in diesem Heft.

29 Vgl. Michel Foucault: *Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Gouvernementalität II. Vorlesung am Collège de France 1978–1979*. Frankfurt a. M. 2006, S. 370 ff.

atomistischen Verhaltens des *Homo oeconomicus* nicht widerstreitet, sondern sie begründet.»³⁰ Kurz: Damit Menschen ökonomisch, also berechnend wie berechenbar handeln, müssen sie über positive, stabile und vorgängige Interessen verfügen, deren Ursprünge sich ihnen entziehen und gerade darum als genuin «eigene» nicht nur subjektiv erfahrbar werden, sondern das Selbst als Subjekt seines Interesses allererst hervorbringen.

Auf der Ebene dieser ökonomischen Subjektivierung durch Interessen setzt die diagrammatische Logik von *Pinterest* an: Die Bildrelationen und interpiktorale Dynamiken, die in den Pinnwänden zur Geltung gebracht werden, bilden schließlich keine vorgängigen Interessen ab, sondern stellen Diagramme des Interesses allererst her, indem auf der Basis von Selektionsvorgängen seitens der Nutzer – in die ex negativo Legitimitätsannahmen immer schon eingeschrieben sind³¹ – multiple Serien von Ähnlichkeiten algorithmisch gebildet und ineinander zu einem Interessesstrom verschränkt werden. Das «eigene» Interesse tritt hier als diagrammatisches Artefakt, als Vektor einer Bildbewegung, die sich durch multiple, potenziell unendlich viele Bilder bahnt einem Selbst entgegen, das gerade durch und in diesem, von Mensch und Maschine kooperativ gebildetem Meta-Bild sich als Subjekt seiner Interessen konstituiert und fortwährend, d.h. einem Typus prozessualer Serialität folgend, neu entwirft.

Gerade durch die, etwa im Vergleich zu den Selbstdarstellungspraktiken auf *facebook* sehr augenfällige Abwesenheit von Selbstrepräsentationen, gelingt *Pinterest* so eine Diagrammatisierung des Selbst, das sich in und durch Pinnwände subjektiviert und eben nicht sich selbst im normierten, disziplinargesellschaftlichen Raster von Profil und Chronik bloß re-präsentiert. *Pinterest* erlaubt somit einen spielerisch-explorativen und vor allem durch und durch visuellen Umgang mit Subjektivierungsweisen, der maßgeblichen Anteil am kommerziellen Erfolg der Plattform hat: Denn das sich selbst als «catalog of ideas»³² beschreibende Soziale Netzwerk reüssiert vor allem als eine Form von nutzergeneriertem Produktkatalog, dem Werbung nicht äußerlich, sondern wesentlicher Inhalt der Pins ist. Zahllose Pinnwände versammeln als Tableaus potenziellen Konsum so individuelle (Wunsch-) Listen von Waren, die über «buyable pins» auch – sofern, etwa im iOS-Endgerät, Zahlungsdaten hinterlegt sind – direkt in der *Pinterest*-App erstanden werden können. Seriell produzierte, gleichförmige Konsumgüter verwandelt die Plattform über ihre Verfahren diagrammatischer Serialisierung, d.h. über ihre Verknüpfung mit anderen Waren und Dingen und deren explorative Anordnung, in Dinge, die von einer subjektivierenden Kraft einer Aneignung erfasst worden sind, die ihrerseits aus Mensch-Maschine-Interaktionen resultiert. *Pinterest* metamorphosiert mithin beliebige Objekte in Dinge, die mit Interessen, Leidenschaften, Affekten gesättigt

30 Ebd., S. 387.

31 Auf *Pinterest* sind etwa pornografische Inhalte ebenso wenig zu finden wie Gewaltdarstellungen.

32 <https://about.pinterest.com/en> (27.08.2016).

sind.³³ Und dabei bleibt vor allem systematisch unerheblich, ob diese Subjektivierung von Waren vorgängigen Bedürfnissen folgt oder allererst von den Dingen selbst hervorgebracht wird. Das proklamierte Ziel der Plattform, «helping you find the right ideas for you»³⁴, verortet Interessen nämlich immer schon an der Schnittstelle von Subjekten und Dingen und entwirft die Pinnwand als Medium der optimalen Verrechnung von Interessen und Objekten: In der Anordnung der Dinge auf *Pinterest* bilden die Meta-Bilder der Pinnwand immer schon das Diagramm von Interessen, die im Kontakt von Dingen, Menschen und Algorithmen fortlaufend visuell hervorgebracht werden.

33 Für die Rolle von Affekten in der Konsumkultur vgl. in soziologischer Lesart Eva Illouz: Emotionen, Imagination und Konsum: Eine neue Forschungsaufgabe. In: Heinz Drügh, Christian Metz, Björn Weyand (Hrsg.): *Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst*. Berlin 2011, S. 47–91.

34 <https://blog.pinterest.com/en/2-billion-monthly-idea-searches-and-counting> (27.08.2016).