
Themenheft Nr. 55:

Bilder und Bildpraxen im Kontext digital-vernetzter Kulturen

Herausgegeben von Alessandro Barberi, Katrin Wilde, Stefan Iske und Johannes Fromme

Zum Wandel von Wahrnehmungsdispositionen

Einflüsse von Resonanz und Algorithmizität auf die Bildkommunikation.

Teil 2

Franz Josef Röhl¹ 

¹ Hochschule Darmstadt

Zusammenfassung

Die Relevanz und Bedeutung von Bildkommunikation vor allem in juvenilen Lebenswelten nimmt seit der Implementierung der Videoclipkultur Mitte der 1980er-Jahre permanent zu. Aktuell ist eine weitere Dynamisierung bei der Herstellung und Verwendung von Bildern vor allem im Kontext des Beziehungsmanagements und der Selbstnarration in den Sozialen Netzwerken erkennbar. Reflektiert wird, ob und welche Dispositionen bzw. Formattierungen durch die Nutzung aktueller Medien bisherige Wahrnehmungsmuster verändern bzw. modifizieren. So vermutet Katja Gunkel (2018, 39), dass die verwendeten Prinzipien der Wirklichkeitserzeugung Einfluss auf die populäre Bildsprache haben. Konkret werden die aktuellen Bildpraxen durch die Digitalisierung (Algorithmisierung), die Verwendung von mobilen Medien, die Nutzung von Mikroformaten sowie die Besonderheiten von Softwareanwendungen bzw. Internet-Plattformen (TikTok, Snapchat, Instagram) auf mögliche Beeinflussungsfaktoren reflektiert, andererseits ist der Blick darauf gerichtet, im Kontext von Alltagspraxen und deren Resonanz und/oder medienpädagogischen Impulsen, auf Potenziale bzw. Ressourcen selbstgesteuerter Aneignungsmöglichkeiten der virtuellen Lebenswelt hinzuweisen. Der Blick ist auch darauf gerichtet, ob es in der digitalen Lebenswelt visuelle Kulturen gibt bzw. geben kann, «die sich expliziten Regeln und damit auch einem algorithmischen Prozessieren entziehen» (Richter und Allert 2017, 238). Dies wird am Beispiel von zwei medienpädagogischen Projekten erörtert.

On the Change of Perceptual Dispositions. Influences of Resonance and Algorithmicity on Image Communication. Part 2

Abstract

The relevance and significance of image communication, especially in juvenile lifeworlds, has been increasing permanently since the implementation of video clip culture in the mid-1980s. Currently, a further dynamization in the production and use of images is discernible, especially in the context of relationship management and self-narration in



social networks. We will reflect on whether and which dispositions or formatting change or modify previous patterns of perception through the use of current media. For example, Katja Gunkel (2018, 39) assumes that the principles of reality generation used have an influence on popular imagery. Specifically, current image practices through digitalization (algorithmization), the use of mobile media, the use of microformats, as well as the specifics of software applications or Internet platforms (TikTok, Snapchat, Instagram) are reflected on possible influencing factors, on the other hand, the view is directed to point out potentials or resources of self-directed appropriation possibilities of the virtual lifeworld in the context of everyday practices and their resonances and/or media pedagogical impulses. The focus is also on whether there are or can be visual cultures in the digital lifeworld “that elude explicit rules and thus also algorithmic processing” (Richter und Allert 2017, 238). This is illustrated by the example of two media-pedagogical projects.

1. Meme – Aktionsraum für Prosuming

Der Begriff Mem wurde erstmals 1976 von dem Evolutionsbiologen Richard Dawkins (1978) vorgeschlagen. Er stellte etymologische Bezüge zum griechischen *mimema*, was das Nachgemachte bedeutet, und dem französischen *le meme* her, womit dasselbe gemeint ist. Wegen dem Gleichklang von Mem und Gen erkannte er Ähnlichkeiten zur Verbreitung und Entwicklung von Genen. Obwohl Memes auf trivialen Prinzipien beruhen, handelt es sich um «mächtige Aufmerksamkeitsmaschinen» (Gehlen 2021, 16).

Bei Memes handelt es sich um schnell erfassbare, vielfältige, überraschende und ironisierende Bildbotschaften. Sie werden von unterschiedlichen Gruppierungen eingesetzt, sie sind sowohl Ausdrucksmittel von Jugendkulturen als auch von politischen Gruppierungen. Erkennbar ist ein starker Gegenwartsbezug. Dirk von Gehlen (ebd., 8) versteht unter Meme jede digitale Ausdrucksform, die kopier- und referenzierbar ist. Digitale Bilder werden in einem kollektiven Prozess als Rohstoff verwendet (dekonstruiert), weiterverarbeitet (durch Remix rekonstruiert), kommentiert und verbreitet. In der Regel wird bei der Montage der Memes den Bildern eine neue Bedeutung gegeben und damit wird ein veränderter Sinn generiert. Limor Shiftman (2014, 180) interpretiert Memes als eine Gruppe digitaler Inhaltseinheiten, die gemeinsame Eigenschaften im Inhalt, der Form oder der Haltung haben, bei der aber zugleich auch eine bewusste Auseinandersetzung mit anderen Memes stattfindet und von vielen Nutzenden über das Internet verbreitet, imitiert und/oder transformiert werden. Da bei Memes Imitation und Transformation beteiligt sind, unterscheiden sie sich von viralen Posts, die sich mimetisch verbreiten. Kennzeichnend für ein Internet-Meme ist Reproduktion, Rekombination und Referenz. Memes begünstigen somit, dass die Differenzierung zwischen Produktion, Rezeption,

Reproduktion und Kreation sich auflöst. Diese Praxis wird von Alvin Toffler (1980) als «Prosuming» bezeichnet. Kennzeichnend für Memes ist die kreative Beteiligung von Vielen, dadurch werden kulturelle, soziale und politische Kommunikationsprozesse initiiert und verhandelt. Das Erkennen eines Zusammenhangs, der aus seinem Ursprungskontext herausgelöst wird, fördert die Bildung von Gleichgesinnten (Eingeweihten, Geschmacks- bzw. Erkenntniskoalitionen), was wiederum eine identitätsstiftende Wirkung haben kann. Geteiltes Erkennen generiert Gemeinsamkeit, die Geste (Mem) erhält nur durch die Gemeinschaft Bedeutung und Relevanz. «Sich an einem Internet-Meme zu beteiligen, hat deshalb immer viel mit Zugehörigkeit zu tun» (Gehlen 2021, 29). In Folge dieser Entwicklung prägt die grenzenlose Volkskultur der Memes auch die reale Welt, dies verweist darauf, «dass wir in einer Zeit leben, die von einer hypermemetischen Logik befeuert wird» (Shiftman 2014, 12).

Für die medienpädagogische Praxis eröffnen sich mit Memes vielfältige Aktionsfelder bei denen ästhetische, intertextuelle, kommunikative, soziale und interaktive Kompetenzen erworben werden können. Für den Kunstunterricht haben Kolb und Schmidt (2021, 217) ein Konzept entwickelt, das auch für andere Kontexte anschlussfähig ist. Im ersten Schritt geht es um das Erfassen der Wirkung eines Bildes (Bildersehen, -verstehen), anschliessend wird das Kunstwerk für eigene Inhalte und Kontexte umgedeutet. Nach der Formulierung eines kurzen Textes wird dieser mit dem Bild synchronisiert. Die Auswahl eines Bildausschnittes dient zur Fokussierung der Bildaussage. Für Martina Leeker (2018, 20) entstehen durch die Internet-Memekultur «neue Partizipationsverhältnisse der Vermittlung».

2. WhatsApp – kommunikative Seinsvergewisserung

Der 2009 gegründete Instant-Messaging-Dienst WhatsApp erfreut sich seit einiger Zeit grosser Beliebtheit. Über zwei Milliarden Menschen nutzen weltweit diese App. Besonderes Kennzeichen dieses Mikroformates ist die Verknüpfung von verbaler und visueller Kommunikation. Es handelt sich bei der App um Messaging ohne Zeichenbegrenzung. Auffallend ist die einfache Bedienbarkeit. Die App integriert Telefon, Push-to-Talk-Funktion, Pop-up eingehender Nachrichten, erlaubt das Verschieken von Memos, Bildern, Emojis, GIFs, Sprach- und Videonachrichten. Status-Mitteilungen können nur vertikal gepostet werden, dies fördert die Vertikalisierung der Bildnutzung. Ein zentraler Nutzen der App zielt daraufhin, andere Personen an dem teilhaben lassen kann, was man jetzt gerade macht. Interpersonale Kommunikation und Gruppen-Kommunikation haben erkennbar zum Erfolg der App beigetragen. Die auf wenige Zeichen reduzierten Status-Mitteilungen ermöglichen das Teilen von Text, Bild und Videomaterial. Kommentare oder Reaktionen (Emojis) sind nicht erforderlich, aber durchaus erwünscht. Die Rückmeldung, ob der eigene Status zumindest abgerufen wurde, hat die Funktion eines Indikators für die Wirkungskraft der

eigenen Meldung. Daher geht es nicht nur um Übermitteln von Botschaften, sondern auch um Selbst-Einschätzung, «welche die Modalitäten unseres Denkens, Wahrnehmens, Erfahrens, Erinnerns und Kommunizierens prägt» (Krämer 1998, 14).

Oliver Ruf (2021, 71) hat sich ausgehend von der These Paul Watzlawicks «Man kann nicht nicht kommunizieren» (Watzlawick et al. 2017, 60) aus einer medienästhetischen Perspektive mit dem Kommunizieren von WhatsApp beschäftigt. Er beschäftigt sich mit drei Aspekten, dem Inhalts- und Beziehungsaspekt, der analogen und digitalen Modalität und dem Aspekt der technisch vermittelten interpersonalen Kommunikation. Jede Information enthält Metainformationen, die sich auf die Beziehung zwischen Sender:in und Empfänger:in beziehen. Zudem identifiziert er bei Gruppen-Chats ein Schema von Kommunikation, das beeinflusst, wie die Kommunikation wechselseitig wahrgenommen wird (Ruf 2021, 72). Menschliche Kommunikation kann sich analog, non-verbal mit Hilfe u. a. von Körpersprache, Gesten und Mimik äussern. Die Beziehungsebene wird durch die analoge Modalität vermittelt. Digitale Kommunikation ist an Sprache gebunden, sie transportiert den Inhaltsaspekt einer Kommunikation. Zwei Beziehungsformen lassen sich unterscheiden. Bei der symmetrischen Beziehungsform geht es um das Vermeiden oder Verringern von Unterschieden, bei der komplementären Beziehungsform komplettieren sich die Unterschiedlichkeiten (Watzlawick et al. 2017, 79). Da bei der Kommunikation mit WhatsApp die Sinneskanäle reduziert werden (Kanalreduktionsthese), kann es vorkommen, dass es zu einem Informationsverlust kommt, weil fehlende Metainformationen die Kommunikation beeinflussen. Mit Hilfe von apperzeptiven Ergänzungen (Emoticons oder Analogien) kann die Reduzierung ausgeglichen werden. Die WhatsApp-Kommunikation ist daher mit einem Ungewissheitsindex ausgestattet:

«Kein Satz, keine Geste, kein Zeichen, keine Mitteilung und keine Nachricht kann eindeutig entweder auf eine Wahrnehmung oder auf einen kommunikativen Anlass zugerechnet werden. Immer spielt beides eine Rolle [...]» (Baecker 2005, 48f.).

Aus medienästhetischer Perspektive kommt es einerseits zur Entfaltung verbaler und visueller Kommunikation, andererseits kommt es durch die Verfaltung von Schrift, Bild, Ton und Video zu einer Reduktion qua technologischer Bedingung (Ruf 2021, 77). Ruf plädiert deshalb dafür, sich der unterschiedlichen Kommunikationsweisen der Medien bewusst zu sein und medienästhetisch die jeweiligen Gesprächsgegenstände und -situationen bewusst zu wählen. Allerdings hat er Zweifel, ob dies auch umgesetzt wird, da Kommunikator:innen aus Gewohnheit handeln. Zudem handele es sich bei der WhatsApp-Kommunikation nicht um eine kommunikative Einladung, sondern um ein Geheiss: «Den Nutzer:innen wird nahegelegt, die eigene Kommunikation (voll)ständig dem Formalisierten anheimzustellen» (ebd., 79).

3. TikTok- Bildsprache – Mixed realities

TikTok ist einerseits wegen urheberrechtlichen Fragen, dem laxen Umgang mit Kinder- und Jugendschutz (gegenseitige Zurschaustellung, riskante Körperpraktiken) sowie wegen politischer Bedenken, da die Mutterfirma in China beheimatet ist, umstritten.¹ Andererseits scheint es so, als ob mit diesem Format Grundbedürfnisse des Spielens, der Selbstdarstellung und des Kommunizierens eine aktuelle medienästhetische Ausdrucksform gefunden haben. Dementsprechend beschreibt Matthias Pasdzierny (ebd., 59) TikTok als eine nonverbale Spiel- und Kommunikationsumgebung, bei der sich die physische Präsenz sowie Sinnes- und Körpererfahrungen mit (Spiele)-Welten verbinden. Erkennbar wird dies durch das Grabbing, das Navigieren durch die Inhalte, die im Unterschied zu dem Zappen beim Fernsehen eine mit dem Körper und den Sinnen verschmolzene, taktil gesteuerte Art der Wahrnehmung bilden. Das alltägliche Weltverhältnis, sich selbst und die Welt durch die Perspektive der App wahrzunehmen, konkretisierte sich vor allem auch durch das Smartphone. «Auf diese Weise stellt sich eine digital vermittelte körperliche Selbstwahrnehmung und Koexistenz ein, ein Ineinandergeraten von Körper/Stimme, Gerät und Community» (ebd., 62). TikTok formatiert seine User:innen, so dass sie nicht nur ihre alltägliche Lebenswelt nach TikTok geeigneten Situationen scannen, sondern auch die Realität im Stil von TikTok rezipieren.

Zeh (2020) sieht in TikTok ein popkulturelles Phänomen, vergleichbar den Angeboten von MTV und Viva Anfang der 1980er-Jahre. Auffallend ist, dass die Mehrzahl der Nutzenden nach 2000 geboren wurden und bereits mit der Smartphone Ästhetik vertraut sind.

Das Geschäftsmodell von TikTok basiert auf von User:innen selbst erstellten, vertikal gefilmten sehr kurzen Videos (15-60 Sekunden), die in der Regel mit Musik unterlegt sind.² Algorithmen suchen passende vorgefertigte Musikausschnitte aus. Diese Ausschnitte bilden in sich geschlossene Sinneinheiten von 15 Sekunden, damit sie zu den Bildinhalten rhythmisch passen. Die Präsentation der authentischen und ohne grossen Aufwand produzierten Videos wird im Dauerloop gezeigt, eine autopoietische Feedbackschleife. Beim ersten Eindruck handelt es sich vorwiegend um lustige Erlebnisse und Ereignisse, leicht verdauliche Inhalte, die vor allem durch «Banalität, Infantilität und Harmlosigkeit» (Pasdzierny 2021, 44) auffallen. Zugleich ist aber erkennbar, dass eine Suche nach Anerkennung und Aneignung kultureller Räume angestrebt sowie eine Abgrenzung von der Elterngeneration gewünscht wird und TikTok damit auch einen Raum für Identitätskonstruktionen bietet.

-
- 1 Die TikTok-Moderationskriterien promoten fragwürdige ethische und politische Massstäbe sowie intransparente und streng hierarchisch organisierte Kontroll- und Verwertungsmechanismen.
 - 2 Die Musikauswahl wird meist nicht von den Nutzenden vorgenommen. TikTok bietet eine Auswahl von Musikausschnitten an.

Der Aufbau der endlosen Kette von Kürzestaussagen folgt meist im Stil von kurzen Comedy-Beiträgen. Nach einer Exposition wird eine Stimmung gezeigt, die durch einen Effekt (punchline, plot point) humorvoll gebrochen wird. Challenges und Duette verstärken den Austausch und die Kommunikation der User:innen. Der Community-Charakter der Plattform wird verstärkt, weil der Remix der Inhalte anderer User:innen erlaubt ist, und das Erstellen, Teilen und Koppeln der Beiträge Teil der Kommunikationsakte sind. Anreiz ist es, eine möglichst grosse Anzahl von Follower:innen zu erreichen.

Allerdings fällt auf, dass zunehmend seriöse Nutzende das Format bedienen, um die Zielgruppe zu erreichen. Judith Ackermann von der Hochschule Potsdam beantwortet unter dem Label «dieprofessorin» (<https://www.tiktok.com/@dieprofessorin>) Fragen und informiert über Grundlegendes im Kontext des Studienalltages. Sie firmiert als Offizielle Creatorin von @#LernenMitTikTok. Diese Zuschreibung steht mittelbar im Zusammenhang von Aktionen, die vom TikTok-Management promotet wurden. Nach eigenen Angaben wurden bisher 4,5 Millionen Euro in die Förderung von Creator:innen, die lehrreiche Kurzvideos erstellen, investiert.³ Parallel dazu wurde als Reaktion auf Homeschooling die Aktion #LearnOnTikTok kreiert.⁴

So präsentiert z. B. auch die Gedenkstätte Neuengamme⁵ in TikTok digitale Stolpersteine und Erklärvideos gegen das Vergessen. Es werden u. a. Geschichten einzelner Häftlinge erzählt sowie die Bedeutung der Stoffwinkel zur Kennzeichnung von Häftlingen erklärt. Trotz der Beschränktheit der inhaltlichen Darstellungen in den Videos hält die Gedenkstätte die Plattform für geeignet, um eine Generation zu erreichen, bei denen die Wissenslücken besonders hoch sind. So kam bei einer in Europa durchgeführten Studie (2018) heraus, dass 40 % der deutschen Befragten (Alter 18 bis 34 Jahre) angaben, wenig oder nichts über den Holocaust zu wissen (Rockenmaier 2022). Das Engagement lässt sich auch als ein Aufbegehren gegen den Einfluss von Holocaust-Leugner:innen im Internet interpretieren. Ein weiteres Motiv für dieses Engagement war ein «Holocaust Challenge» im Jahre 2020, bei dem Nutzende sich als Opfer mit geschminkten Verletzungen und selbst gebastelten Judensternen verkleideten. Bisher hat die Gedenkstätte 8.000 Abonnent:innen und mit den einzelnen Videos wurden 250.000 Aufrufe erzielt. Die Resonanz ist erheblich, die Videos werden kommentiert, es wird nachgefragt und diskutiert.

3 <https://newsroom.tiktok.com/de-de/tiktok-launcht-lernenmittiktok-und-vereint-entertainment-und-lernen>.

4 <https://www.tiktok.com/tag/learnontiktok>. Allerdings stehen die unter dieser Rubrik zu findenden Videos nicht oder kaum in Zusammenhang mit den Bildungsinhalten von schulischer Bildung.

5 <https://www.tiktok.com/@neuengamme.memorial?lang=de-DE>.

4. Zur Ästhetik von Snapchat

Kennzeichen von Snapchat ist ein prozessualer Austausch flüchtiger, aber auch fixierbarer (Bewegt)Bildinformationen.⁶ Die gesendeten Bilddaten sind zwischen einer und 10 Sekunden auf dem Display der Smartphones der Empfänger:innen zu sehen, können aber wiederhergestellt werden. Memories ermöglichen seit 2016 das Archivieren von selbsterstellten Bildern und Videos, dadurch kommt es zu einem Wechselspiel zwischen Flüchtigkeit und Fixierung (Archiv). Die Operationen des Speicherns und Eingreifens werden durch Zeichen kenntlich gemacht. Es geht um schnelle Vermittlung, vergleichbar einer sprachlichen Kommunikation (digitale Oralität), eine Ästhetisierung ist in der Regel nicht beabsichtigt. Die Bildlichkeit löst sich von dem medien-kulturellen Verständnis von Bildern, die bisher festgehalten und gespeichert wurden. Bilder und Videos können mit Hilfe von Filtern zu einer Story verdichtet werden, somit können die Followers an ihrem persönlichen Tagesablauf teilhaben lassen. Diese Bildnachrichten können in einem Zeitraum von 24 Stunden angeschaut werden. Eine Vielzahl von Algorithmen steht zur Verfügung. So kann das eigene Selfie animiert werden. Die Stimme kann verfremdet werden, die Person kann in ein Tier verwandelt werden. Mit Face Swap kann ein Doppel-Selfie (Gesichtertausch) vorgenommen werden. Da das Framing und die Rasterung der Bilder dem Zugriff der Gemeinschaft ausgesetzt ist, fördern faziale Störungen einerseits die Gemeinschaftsbildung, führen aber zugleich auch zu Irritationen mit dem Gegenüber. Geteilte Snaps verbinden und trennen zugleich, Nähe und Distanz sowie Verbindung und Trennung oszillieren. Da die App bisherige Medientraditionen eher nicht bedient und digitale Fertigkeiten permanent angeeignet werden müssen, fördert Snapchat eine exklusive Praxis der Gemeinschaftsbildung. Otto (2018, 108) identifiziert in der Temporalität ihrer exklusiv-exkludierenden Gemeinschaftsbildung sowie dem Austausch von audiovisuellen Mitteilungsschnipseln (Snaps) die Vektoren für die Herausbildung einer speziellen Smartphone-Gemeinschaft. Dem Smartphone komme als Interface die Bedeutung einer raumzeitlichen verbindend-trennenden Schnittstelle zu. Es kommt zu wechselseitigen Raum/Zeit-Erfahrungen. Das Smartphone synchronisiert wie bei einer Mediation vermittelnde Prozesse in einer Begegnungszone, im konkreten Fall und im Besonderen bei der Nutzung der App Snapshot. Das Nutzen der App führt zu einer Symbolisierung einer gemeinsamen Raum-Zeit (ebd., 112) und damit der Herausbildung einer Raum-Zeit-Gemeinschaft.

Jean-Luc Nancy (2012) vermutet, dass derartige Medien die Formen früherer essenzialistischer Vorstellungen von Gemeinschaftlichkeit verändern. Nunmehr komme es zu einem relationalen Vermittlungsgeschehen, bei dem es zugleich zur Gemeinschaftsbildung und -zur -auflösung kommt. Die fundamentalen Kategorien dieses Denkens bilden Ko-Existenz und Mit-Sein. Das Sein des Mit-Seins wird als wesentlich plural verstanden. Jedes Sein ist aus dieser Perspektive immer ko-präsen-tes Mit-Sein, daher gebe es auch kein singuläres Sein (ebd., 100).

⁶ Da diese Anwendung die Verbreitung von sensiblen Bildern, wie z. B. Nacktfotos begünstigt, ist diese App umstritten.

Die raumzeitliche Abstimmung (Matchen) geschieht bei Snapchat durch «adden», damit wird reziprokes Gefallen zum Ausdruck gebracht. Da eine dazwischentretende mediale Vermittlung beim Matchen ausgeblendet wird, entsteht der Eindruck einer Relation der Unmittelbarkeit und Authentizität. Snapchat, so das Versprechen, setzt an Stelle des perfekten Bildes den perfekten Match (Otto 2018, 116). Die Teilhabebeziehungen sind das Ergebnis von wechselseitigen kalibrierenden Einstimmungen (Tuning). Offensichtlich sind Teilhabebeziehungen nicht gegeben, sie müssen hergestellt werden, d. h. es bedarf einer ständigen Synchronisierungsarbeit. Narrative Dramaturgien, Animationen, Filter und Sticker verfestigen die Ausdruckqualität der User:innen-Subjekte. Allerdings ist die kreative Gestaltung der Transformationen des Tunings begrenzt und unterliegt vor allem auch den Kommerzialisierungsinteressen von Snap Inc. «Jedes Interfacing geschieht unter dem Preis der Zurichtung, Einpassung oder Einspannung der zu synchronisierenden Entitäten» (ebd., 119). Die Integration der User:innen in ökonomische Strukturen kommt einer unfreiwilligen und unbewussten Einpassung gleich, dieser Modus wird von Isabell Otto (ebd., 119) als «Adjustierung» bezeichnet.⁷ Dadurch stehen sich bei Snapchat eine scheinbare Unmittelbarkeit und eine mittelbar gesteuerte Vermittlung gegenüber.

5. Instagram – Identitätsgenerator

Bei dem fotobasierten Netzwerk Instagram handelt es sich vor allem bei Jugendlichen um die beliebteste App im Kontext der Verbreitung und Kommunikation von Bildern. Für Katja Gunkel (2018, 36) handelt es sich um das bedeutendste kulturelle Produktionsmittel der Gegenwart. Bei dieser Foto- und Video-Sharing-Plattform kann Bildmaterial hochgeladen werden, das andere kommentieren und/oder liken können. Damit die Bilder besser zu finden sind, können sie mit Schlagworten (Hashtag) versehen werden. *Feed* wird der Bereich genannt, wo die User:innen ihre eigenen Bilder sehen können, in der *Timeline* können die Bilder aller anderen gesehen werden. Die *Feeds* ermöglichen die Erstellung eines konsistenten Profils, bei dem häufig ein kuratorisches Konzept zu erkennen ist. Dadurch erweist sich Instagram in auffälliger Weise als Spielfeld des Ausprobierens und somit als Experimentierfeld kultureller und identitätsgenerierender Aushandlungsprozesse (Grünwald 2021, 135f.).

Während die *Feeds* immer wieder aufrufbar sind, bleiben die Posts der Instagram-Stories nur 24 Stunden sichtbar. Im Vergleich zu der längerfristigen Präsentation der *Feeds* bleiben die Stories ästhetisch inkonsistent. Es geht eher um flüchtige Aufnahmen, die mit Hilfe von Filter- und Videofunktionen Spontaneität ausdrücken

⁷ Die Adjustierung erhält mit den 2015 eingeführten «Snapchat Lenses» neue Dimensionen. Die Gesichtstransformation von Selfies in Echtzeit («Öffne den Mund») in Verbindung mit Werbespots macht die Schattenseiten der Teilhabe deutlich.

sollen. Die Kommunikation steht dabei im Vordergrund. App-immanente Vorgaben sollen zu neuen Möglichkeiten der Bildproduktion führen, bei denen Brüche bewusst erzeugt werden. Nicht der Bildinhalt steht im Zentrum, sondern die Struktur, durch ein medial verbreitetes Bild neue Bilder zu generieren (ebd., 137).

Ästhetisierung erfolgt grundlegend mit Hilfe von Stilmitteln und gestalterischen Techniken (künstliche Alterung, Farbverschiebungen, Grafikfilter, Kontrastverstärkungen) nach einem bestimmten Schema. Dabei bilden vor allem die Grafikschemata den visuellen Kern bzw. die stilprägenden Schlüsselemente der angebotenen Bildsprache, «den semiotischen Code des jeweiligen Programmstils» (ebd., 347). Es wird Algorithmen vertraut, da die Auffassung herrscht, dass sie besser wissen, was uns gefällt und womit wir uns verführen lassen. Die verwendeten Programmästhetiken (z. B. präfigurierende Filtereinstellungen wie Face-Filter) stehen im Dienst der unmittelbaren ästhetischen Optimierung des mobilen digitalen Bilds (Gunkel 2018, S.38).

Verschlagwortung wie #instalikes oder #instamood werden eingesetzt, um die Resonanz der Bilder zu erhöhen. Dabei werden mehrere Zielgruppen zugleich angesprochen. Einerseits diejenigen, die mit Instagram eine spezifische Ausdrucksform verbinden, mit der eine gute Stimmung generiert wird. Andererseits geht es um die Darstellung der aktuellen Stimmung der Produzent:innen sowie um den Hinweis auf die Nutzung des Grafikfilters «Stimmungseffekt» (ebd., 306). Derartige Stimmungsfiler dienen in diesem Zusammenhang dazu, bildsprachlich die gefühlsmässige Stimmung der Nutzenden zu charakterisieren.

Ihre Relevanz beziehen Bilder aufgrund der Möglichkeit, ubiquitär ikonisch in Echtzeit zu kommunizieren. Daher werden bevorzugt Bilder genutzt, die auf Aktualität oder unmittelbare Teilhabe hinweisen. Es handelt sich um situative Ich-Botschaften, die vermitteln «Es-ist-bei-mir-gerade-so» (Ullrich 2013). Der Eindruck von Instant-Kommunikation (Gunkel 2018, 306) steigert die Authentizität und fördert die «Ideologie der Realzeit-Verfügbarkeit von Internetmedien» (Becker 2011, 105). Jedoch steht nicht der dokumentarische Aspekt im Vordergrund, dies lässt sich sowohl an der stilisierten Bildsprache als auch an den (Selbst-)darstellungen erkennen, sondern der «emotionale Erlebniswert» (Ullrich 2013) ist entscheidend. Algorithmisierte Filter dienen zur Hervorhebung eines gewünschten Stimmungswertes, um «im Moment des Fotografierens [...] die gegenwärtige eigene Stimmung» (ebd.) zu implementieren. Vor allem findet die psychophysiologische Wirkungsästhetik der Farbe Verwendung. Sie generiert die «atmosphärische Zeichenumgebung» (Becker 2011, 97). Bei Instagram-Bildern handelt es sich daher meist nicht um dokumentarisch-objektive fotografische Repräsentationen, sondern eher um echtzeitliche «Kommunikation von individuellen Sinnbildern, die das selbstkommunizierende Subjekt zentrieren» (Gunkel 2018, 311). Dies lässt sich auch als Ausdruck einer Suche nach einer ontologischen Verortung interpretieren und damit wäre diese Bildpraxis auch ein Beitrag zur Konstituierung der Selbst-Identität.

Allerdings weist Wolfgang Ullrich (2019, 59) auf die gesellschaftspolitischen Dimensionen der digitalen Bildkultur hin. Er identifiziert in der Bildpraxis von Instagram (speziell von Selfies) auch ein demokratisierendes Potenzial. Ergänzend kann angefügt werden, dass Bildpraxen nicht unveränderlich, sondern gestaltbar sind. Trotz der diagnostizierten softwaregestützten Ästhetisierungs- und Stilierungsprozesse identifiziert auch Katja Gunkel (2018, 344) eine zunehmende Souveränität im Umgang mit ikonischer Kommunikation auf Instagram. Zunehmend seien Profiletableaus mit ausdifferenzierten, personalisiertem Bildstil erkennbar, die die medienstrukturellen Limitierungen unterwandern. Identifizierbar sei ein ästhetisches Bewusstsein für die Kohärenz individueller Tableaus.

Bei einer eigenen Recherche konnte ich feststellen, dass die Verwendung des Goldenen Schnittes sich bei den Influencer:innen hoher Beliebtheit erfreut (siehe Abb. 1). Vermutlich wird die Favorisierung dieses Bildaufbaus durch algorithmisierte Empfehlungen gefördert. Beim Bildaufbau sind daher das Nutzen traditioneller Bildgestaltungsregeln keineswegs ungewöhnlich.



Abb. 1: Influencer im Goldenen Schnitt (<https://www.kolsquare.com/de/blog/top-10-instagram-influencerinnen/>).

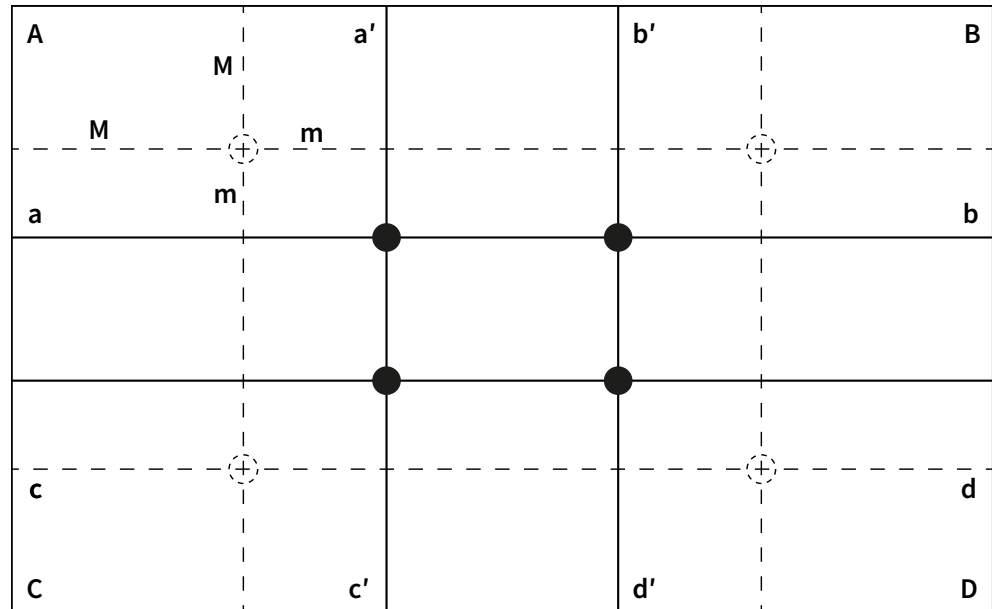


Abb. 2: Goldenes Dreieck⁸ (Röll 1989, 314).

Dies ist ein überraschendes Ergebnis, weil bei einer Recherche in Google zum Thema «Aktuelle Werbung» auffällt, dass die Raumnutzung weit vielfältiger ist. Es fällt auf, dass verstärkt bildwichtige Teile stärker an den Bildrand rücken (siehe etwa Abb. 2). Diesen Effekt bezeichne ich als Orientierung hin zu einem radikalen goldenen Schnitt. Unterteilt man ein Rechteck nach dem Goldenen Schnitt in Major- und Minor-Proportionen und danach die Minor-Proportionen noch einmal nach dem Goldenen Schnitt, erhält man eine neue optische Linie, die ich den «radikalen» Goldenen Schnitt nenne.

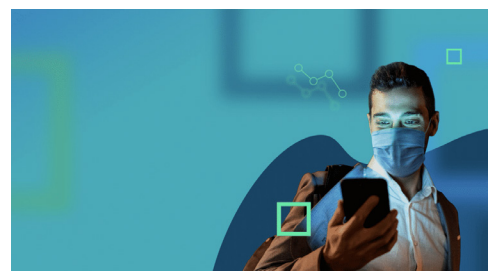
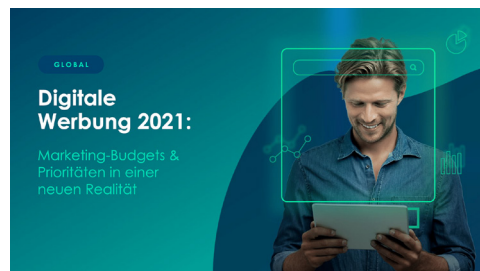


Abb. 3: und Abb. 4: Digitale Werbung 2021: Positionierung am Bildrand (<https://www.criteo.com/de/blog/digitale-werbung-2021-marketing-budgets-prioritaeten/>).

⁸ Der Goldene Schnitt teilt eine Strecke so, dass er sich annäherungsweise wie 3:5, 5:8, 8:13, 13:21 oder 21:34 verhält. Horizontale Goldene Schnitte sind in dieser Abbildung $AB : a'B = (a'b' + b'B) : b'B$, vertikale Goldene Schnitte sind $AC : aC = (ac + cC) : cC$ mit den Goldenen Punkten an den Schnittstellen. Gestrichelt sind die «radikalen» Goldenen Schnitte mit Kreisen um die «radikalen» Goldenen Punkte. M=Major, m=Minor (Röll 1989, 314).

Während der Goldene Schnitt in der Fotografie und der Malerei als Symbol für Harmonie gilt, gibt es angesichts dieser Visualisierungen scheinbar eine Suchbewegung hin zum Rand. Dies könnte als Suchbewegung nach Grenzerfahrungen mit dem Bildrand gedeutet werden, der «es gibt» bzw. «es gibt nicht» definiert. Sozialpsychologisch lässt sich dieser Trend zum Bildrand als Herauslösen aus dem (bisherigen) Streben nach Harmonie interpretieren (Röll 1989, 314). Das bedeutet zugleich, dass Jugendliche in ihrem Alltag nicht nur mit Instagram-Ästhetik konfrontiert werden, sondern auch Erfahrungen mit konkurrierenden Ästhetiken haben. Daher ist es nicht auszuschließen, dass ihre Inneren Bilder (Hüther 2014) durchaus vertraut sind mit unterschiedlichen Bildgestaltungswelten. Demzufolge könnte es auch möglich sein, durch Bildungsprozesse an diese latenten (verborgenen) Bildwelten anzuknüpfen. Wie noch aufgezeigt wird, gibt es zudem die Möglichkeit Reflexionsprozesse und erweiterte Bildpraxen durch Bildungsprozesse auszulösen. Doch zuvor soll durch eine Darstellung des Konzepts der figurativen Hermeneutik verdeutlicht werden, dass es bei der Nutzung von Bildwelten vor allem auch um die Beschäftigung mit «Hyperimages» geht.

6. Bildcluster – Figurative Hermeneutik

Bildtableaus drängen die Bedeutung des Einzelbildes zurück, ihre spezifische Bedeutung erhalten Sie als Teil einer Kontextualisierung von Bildclustern, die stets daran orientiert sind, zugleich Aufmerksamkeit zu erzeugen und Anlass zur Interaktion bzw. Kommunikation zu geben. Mit der Bedeutung von Bildclustern hat sich vor allem Müller (2012, 2016) auseinandergesetzt. Die digitale Reproduzierbarkeit von Bilddarstellungen sowie die Technisierung der alltäglichen Sozialkommunikation haben aus seiner Sicht die Verwendung und das Verständnis von Fotografie sowie die Möglichkeiten und die Bedingungen von Bildanalysen verändert. Er verweist u. a. auf komplexe Bildzusammenstellungen in Form von digitalen Montagen, Weblogs, Bildtafeln, Fotostrecken, Ausstellungen in technisierten Umgebungen des sozialen Austauschs, die Thürlemann (2005, 163) als «Hyperimages» bezeichnet. Vor allem die serielle Nutzung von Bildern belege eine veränderte soziale Gebrauchsweise der Fotografie. Eine hermeneutische Analyse benötige eine figurative Analyse der Kompositionsprinzipien der gestalteten Bildcluster, um Ähnlichkeitsbeziehungen und Differenzverhältnisse zwischen den Einzelbildern der Cluster zu erfassen. Letztlich geht es hier um den Ausdruckssinn der Zusammenstellungen, also um die ideografische Perspektive. Zudem intendiert Müller, die Struktur des medialen Wahrnehmungs- und Handlungsraumes der jeweiligen Bildcluster zu untersuchen (Müller 2016, 95).

Beobachtungs- und Kenntnisziele seiner Untersuchungen sind der Wahrnehmungs- und Handlungsraum der Bildproduzent:innen. Aus Sicht von Müller (ebd.) beziehen sich die verwendeten Bilder nicht notwendigerweise auf Bezüge zur Lebenswelt. Die Fotografie erhalte die Bedeutung eines kollektiv geteilten ideomatischen Ausdrucksmittels, das permanent neu konfiguriert wird.

Er untersucht sowohl die behandelten Themen, Gegenstände sowie die Prinzipien der Zusammenstellung (Bildcluster). Er sucht dabei nach markanten Bildtypen, um stilbildende Sinnfiguren zu identifizieren und den Ausdruckssinn zu eruieren.

Am Beispiel einer Webloggerin identifiziert er drei Kategorien, die Ähnlichkeitsbezüge aufweisen. Zu Kategorie A zählt er die Porträts von der tätowierten oder Piercings tragenden Betreiberin, Bilder von tätowierten Armen, Beinen und Oberkörpern werden bei der Kategorie B einsortiert sowie Landschafts- und Naturdarstellungen der Kategorie C zugeordnet werden. Im nächsten Schritt folgt eine vergleichende Bildanschauung, um formale oder ästhetische Ähnlichkeiten, axiale Verknüpfungen und die stilbildenden Kompositionsregeln ihrer Montage zu erkennen. Müller folgt dabei der Einschätzung, dass die Nachbarbilder den Betrachtenden zeigen, wie ein bestimmtes Bild gesehen werden soll (Thürlemann 2013, 20). Die Bedeutung und kommunikative Wirkung der Bilder liege nicht in der Bedeutung des jeweiligen Einzelbildes, sondern an den ikonischen Ähnlichkeitsbeziehungen oder medialen Nachbarschaften.

Tätowierte verstehen sich als Mitglieder einer Stilgemeinschaft. Zudem werden Tattoos im Gefüge des Clusters «als eine Ästhetik der Transzendenz von Körperlichkeit in ein Ornament verstanden» (Müller 2016, 115). Sie bilden eine ornamentale Allegorie als signifikante Ähnlichkeitsbeziehung. Die Bildcluster geben den Betrachtenden die Information, wie die Betreiberin des Weblogs gesehen werden möchte. Am konkreten Beispiel kommt er zu dem Schluss, dass sie sowohl als Mitglied einer Stilgemeinschaft, als auch als Individuum gesehen werden möchte, die durch den Körper als emblematischen Statthalter (ornamentale Allegorie) eine naturzugewandte *unio mystico* gestalte und präsentiere (ebd., 117).

Bei dem von Michael R. Müller genutzten Verfahren werden durch Abdeckungen von Bildteilen die Ähnlichkeitsbeziehungen hervorgehoben. Obwohl die Typen und Prinzipien der (digitalen Bildzusammenstellungen) komplex sind und neben den ikonischen Kontexten auch narrative (soziale und politische Ereignisse, biografische Entwicklung) und klassifikatorische Gebrauchsweisen (Thema, Ereignis, Datum, sozialkommunikative Bildzusammenstellungen) erwogen werden, irritiert das Verfahren, da zu vermuten ist, dass die für die Deutung nicht passenden Bilder abgedeckt werden. Es ist aber nicht auszuschliessen, dass es aus Sicht der Webloggerin durchaus Motive gibt, die als nicht passend eingeschätzten Bilder in das

Cluster zu integrieren. Zu vermuten ist, dass die Bildcluster aus multifaktoriellen Motiven zusammengesetzt sind, wobei nicht alle enthaltenen Narrative sich dem reflektierenden Blick erschliessen.

Die figurative Hermeneutik ist in der Lage, bewusste und unbewusste Bezüge zu identifizieren und zu entdecken, kann aber den sozialkommunikativen Kontext, der sich auf die Lebenswelt der Person bezieht und deren subjektive Assoziationen tangiert, nicht bzw. nur teilweise erfassen. Diese Visualisierungen verweisen eben nicht auf einen interaktiven Verwendungskontext des genutzten Mediums (Algorithmus, Erwartung, vermutete Akzeptanz, assoziative Verknüpfung, iterative Nutzung) und lassen sich deshalb nicht durch das Betrachten des Bildclusters erschliessen. Gleichwohl öffnet der Blick auf diese Bildcluster das Verständnis für die Mehrdimensionalität von Motiven und die Möglichkeit, Bilder als Ausdruck ontologischer Verknüpfungen zu sehen.

7. Digitale Fotografie in der Medienpädagogik

Welche Herausforderungen sich dem medienpädagogischen Handlungsfeld durch die Digitalisierung stellen, möchte ich im Folgenden anhand von zwei Konzepten beschreiben: *Signs of the city* und *Vom Selfie zum Selbstporträt*.

Bei dem Projekt *Signs of the city* (2008) handelt es sich um ein Projekt des *Hauses der Kulturen der Welt* (Berlin). Künstler betreuten unterschiedliche Gruppen. Aufgabe war es, Zeichen der Stadt zu suchen und fotografisch festzuhalten. Letztlich ging es auch darum, sich mit dem Phänomen Zeichen als Voraussetzung für jede Art von Kultur und Kommunikation auseinanderzusetzen. Die Jugendlichen sollten recherchieren, ob und welche Funktionen Zeichen haben und welche Zeichen bei ihnen Resonanzen bzw. Assoziationen auslesen. Der Fotografie kommt bei diesem Konzept die Funktion zu, der Orientierung in der Welt zu dienen. Einerseits lassen sich Zeichen naturalistisch deuten, andererseits gibt es auch zugeschriebene, subjektive Bedeutungen von Zeichen, die aufgrund von Kulturentwicklung im Verlaufe der Zeit typisiert werden. Sehr gut kann mittels dieses Projekts veranschaulicht werden, wie Bilder in vielfältige Beziehungen mit anderen Bildern verwoben sind. Bilder sind von vergangenem Geschehen beeinflusst, d. h. Bilder geben oft auch Hinweise auf intermediale Referenzen. Jugendliche sind sich oft nicht bewusst, dass Sie sich unbewusst an vorher gesehene Bilder anlehnen, die in ihrem limbischen System als Innere Bilder (Hüther 2014) gespeichert sind.⁹

⁹ Bei der Abschlusspräsentation des Projekts hatte ich die Aufgabe, die Bilderergebnisse bezogen auf symbolische und intermediale Referenzen zu analysieren.



Abb. 5: Projekt Signs of the City (Röll 2009, 153).

Insbesondere bei der Gruppe, die sich mit der Inszenierung von Körperzeichen im Raum beschäftigte, lassen sich in der medialen Kulturgeschichte Bilder finden, die als imaginäre Vorlage dienten. So ist das Motiv, den Unterleib und die Füße einer Frau als Fragment nach oben gerichtet zu zeigen, ein bereits in Kunst und Werbung oft benutztes Motiv. Zum ersten Mal hat es die Fotokünstlerin Cindy Sherman eingesetzt, seither floatet dieses «Zeichen» durch die Medienlandschaft.¹⁰

Auch bei dem Spiel mit den bunten Bändern wird eine Ikone der Moderne zitiert. Bei dem Original handelt es sich um Prometheus, der vor dem Rockefeller Center in New York steht. Innere Bilder aktualisieren sich hier in suburbanen Kontexten und sind zugleich eine Bearbeitung von Bildkulturen, die aus dem Mediendiskurs bekannt sind.

¹⁰ https://de.123rf.com/photo_137356749_frauenbeine-in-schwarzen-high-heels-die-aus-einer-leeren-antiken-badewanne-auf-l%C3%B6wenpfoten-mit.html.



Abb. 6: Projekt Signs of the City (Röll 2009, 153).



Abb. 7: Rockefeller Center, New York © Röll.

Wie soziokulturelle Transfers die eigene Wahrnehmung unterlaufen, wird auch bei einem anderen Motiv deutlich. Wenn Jugendliche so fotografiert werden, dass Augen und Mund nicht zu sehen sind, steht hinter diesem Bild die uralte Allegorie der «Drei Affen»: einer dieser Affen sieht nichts, einer dieser Affen spricht nicht, einer dieser Affen hört nicht. Auch in der Kunst wurde dieses Motiv bereits mehrfach benutzt, u. a. von Keith Haring.



Abb. 8: und Abb. 9: Projekt Signs of the City (Quelle: Röhl 2009, 154).



Abb. 10: Die drei Affen von Nikkō 1559 © Jakob Hafun, CC BY-SA 4.0.



Abb. 11: Annie in Anlehnung an Keith Haring.¹¹

Das Lehrkonzept «Vom Selfie zum Selbstporträt» wurde konzipiert, um trotz der Corona-Beschränkungen seminaristisch mit Studierenden zu arbeiten. Intendiert war, dass die Studierenden die Aufnahmen mit ihrem Smartphone machen, um ein niedrigschwelliges Angebot unterbreiten zu können. Dies war auch dem Umstand geschuldet, dass die Studierenden keine digitalen Kameras ausleihen konnten. Andererseits sollte an den Seherfahrungen der Studierenden angeknüpft werden. Vermutet wurde, dass die Seherfahrungen erkennbar von der Instagram-Ästhetik beeinflusst sind. Parallel zum Kurs erhielten die Studierenden Quellen, durch die sie sich zum Thema Bildgestaltung fachkundig informieren konnten. Die Studierenden wurden gebeten zu 10 Themen jeweils drei Aufnahmen zu senden. Alle eingesandten Aufnahmen wurden kommentiert und zurückgeschickt. Die Kommentare hatten im Sinne des Konstruktivismus eine perturbative Funktion, d. h. sie dienten dazu, die Perspektive, die Bildaussage, die Gestaltung reflexiv erkennbar zu machen, um damit Instrumentarien kennenzulernen, welche es ermöglichen, die Strukturen und die Symbolik von Bildaufnahmen besser zu durchschauen.

¹¹ https://www.pngitem.com/middle/TTwhoRi_keith-haring-see-no-evil-hear-no-evil/.

Beim ersten Thema «Selfie» durften die Studierenden drei Bilder nach ihrer Wahl einschicken. Hier ging es darum, zu erkennen, wie und mit welchen Mitteln die Studierenden Motive aussuchen und fotografisch umsetzen. Verblüffend war, dass es sich bei 80 % der zugeschickten ersten Aufnahmen im Verlauf von vier Seminaren um vertikal gestaltete Bilder handelte. Die Vertikalisierung des Blicks verweist auf die Instagram-Ästhetik. Aber nicht nur bei Instagram, sondern auch bei TikTok und Snapchat werden vertikale Bilder bevorzugt gezeigt. Hintergrund ist die Reduktion der Datenmenge, eine schnellere Bearbeitung und ein komfortables Teilen des Contents. Bedeutsam ist vor allem, dass Bilder bei den «Stories» nur vertikal gepostet werden können. Bei vertikalen Bildern erhält das Gewicht eine grössere Bedeutung als bei horizontalen Aufnahmen. Das Anschauungsgewicht wird als grösser wahrgenommen, wenn ein Gegenstand oben platziert ist (Arnheim 1965, 32). Das vertikale Format vermittelt Aktion, Nähe, Vitalität, aufstrebende Kraft und Wärme. Zugleich wird der Senkrechten eine hohe Bedeutung beigemessen, die Standhaftigkeit symbolisiert und nach den traditionellen Lehren der Bildgestaltung den Blick in die Tiefe verhindert (Mante 1977; Röll 1989; Weber 1979).



Abb. 12: Kreuzmitte © Dean Bogdan.



Abb. 13: Instagram/Pinterest-Ästhetik.¹²

Ein weiteres Merkmal, das mittelbar mit den sozialen Medien in Verbindung, aber auch im Kontext der zunehmenden Dominanz des Sehsinns in der Kommunikationskultur steht, ist die zentrische Verortung der Augen in die Kreuzmitte. Dieses Phänomen ist vor allem bei denjenigen zu beobachten, die sich noch nicht reflexiv mit der Fotografie bzw. der Bildgestaltung auseinandergesetzt haben. Wenn diese Fixierung auf die Mitte auch bei anderen Motiven (z. B. auch die Positionierung des Horizonts) zu sehen ist, verweist dies auf eine zentrische Verortung, d. h. auf die Tendenz aus einer fixierten, meist auf sich selbst bezogenen Perspektiv-Welt und -Wirklichkeit wahrzunehmen. Allerdings zeigt die Erfahrung, dass nur wenige Störungen genügen, um die bisherigen Perspektiven bzw. Weltwahrnehmungen zu wandeln bzw. zu variieren. Genau das ist die Intention dieses Konzepts.

Beim Thema «Porträt» ist die Intention, zu lernen, eine Person hervorzuheben, ihr eine besondere Bedeutung in einem Bild zu geben und darauf zu achten, dass der Hintergrund Einfluss nimmt auf die Bildwirkung. Beim «Dialogischen Porträt» geht es um eine direkte oder indirekte Interaktion mit einem Objekt, einer Person oder dem Hintergrund. Für die Betrachtenden sollte erkennbar sein, dass die Person durch diese Interaktion charakterisiert wird. Durch den Bezug zwischen Person und Hintergrund lassen sich visuell Eigenschaften von Personen zum Ausdruck bringen (Charakter, Interessen und Bedürfnisse).

¹² <https://www.pinterest.de/pin/75505731243613174/>.

Beim Thema «Spiegelung» ist nicht nur beabsichtigt, sich selbst in einem Spiegel abzubilden, sondern das Thema auch als Metapher zu verstehen, in einer Spiegelung erweiterte Erkenntnisse über das eigene Selbst zu erfahren. Damit tritt die Auseinandersetzung mit Person-Sein, Selbst-Darstellung und Selbst-Wahrnehmung in das Zentrum des Seminars.

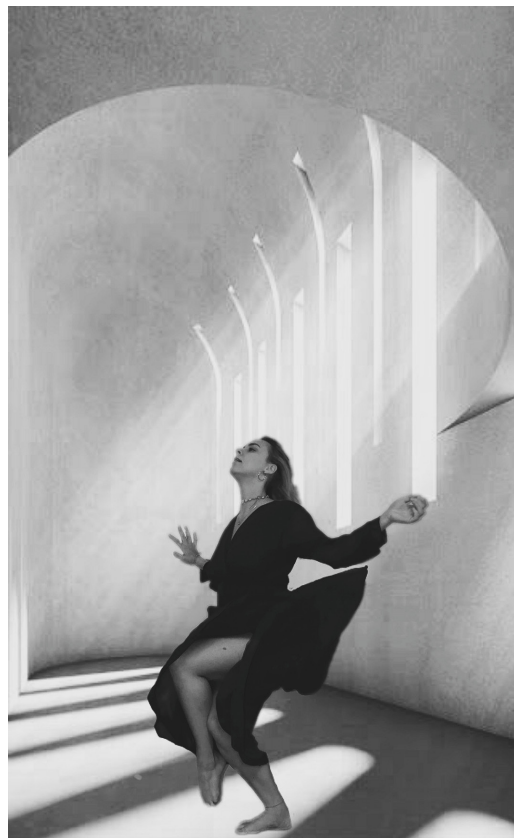


Abb. 14: Dialogisches Porträt © Madita Bloßfeld.



Abb. 15: Spiegelung © Beyza Kocabay.

In der Regel löst die Aufgabe, das eigene Porträt auseinanderzuschneiden und die beiden Hälften zu doppeln, Irritation und Erstaunen aus. Es ist durchaus bekannt, dass die beiden Gesichtshälften ungleich sind, aber nur wenige konnten sich vorstellen, dass sich die Gesichtshälften so deutlich unterscheiden.

Das darauffolgende Thema lautet «Requisiten», d. h. eine Person soll mit Hilfe von Objekten (Hut, Schal, Bänder, Schleier, Maske) gestaltet werden. Die Grundidee ist, dass durch Requisiten und/oder Accessoires eine Person oder Teile einer Person verändert werden kann oder Teile des Selbst zum Ausdruck kommen können, die beim ersten Blick eher nicht erkannt werden.

Als schwerste Aufgabe wird meist das Thema «Denkmal» angesehen. Hier ging es nicht darum, ein Denkmal zu fotografieren, sondern darum, sich oder eine andere Person als Denkmal zu inszenieren. Es geht somit eher um den Versuch, bei einer Person eine Visualisierung von bekannten oder verborgenen Charaktereigenschaften zum Ausdruck zu bringen, die nach Sicht der Produzent:innen hervorhebenswert

ist oder auf das eigene Selbst, bezogen auf kognitiv nicht bekannte Persönlichkeitsaspekte, aufmerksam machen kann. Wenn jemand Schwierigkeiten hat diese Aufgabe zu realisieren, kann er/sie auch mit einem Denkmal interagieren und damit zum Bestandteil einer vorhandenen Skulptur werden.



Abb. 16: Requisiten © Nicola Losa.



Abb. 17: Denkmal © Athina Rottmann.

Beim 8. Thema setzen sich die Teilnehmenden mit der Perspektiventäuschung auseinander, so z. B. mit Hilfe der Differenz zwischen Vordergrund und Hintergrund, dem Einsatz von Ebenen, Kameraperspektiven oder der Drehung des Raums.



Abb. 18: Perspektiventäuschung © Vivian Kalb.

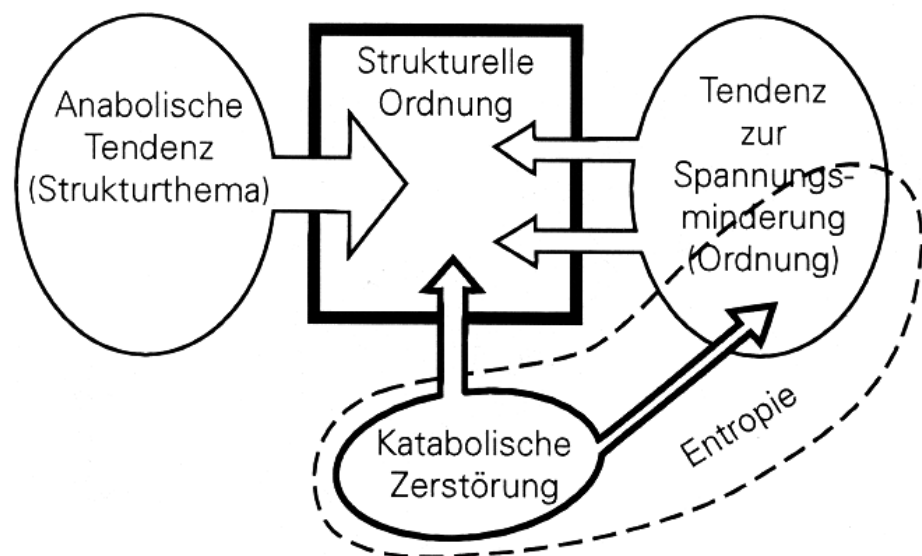


Abb. 19: Lancelot L. Whytes Schema der strukturellen Ordnung (zit. In: Arnheim 1979).

Für den Kunstpsychologen Rudolf Arnheim (1979) bildet Ordnung eine Bedingung für das Sichtbarwerden einer jeden Struktur: «Ordnung lenkt die Aufmerksamkeit auf Gleichheiten und Ungleichheiten, auf Zusammengehörigkeit und Unabhängigkeit» (ebd., 9). Sichtbar, d. h. identifizierbar, wird eine solche Struktur, wenn bei einer äusseren Erscheinung eine innere Ordnung erkannt wird. Er geht davon aus, dass Ästhetik auf zwei Spannungsprinzipien beruht, der anabolischen Tendenz (gestaltbildend) und der katabolischen Zerstörung (gestaltauflösend). Besonders Kunstschaffende, vor allem auch in der modernen Malerei, beschäftigen sich oft mit dem gestaltauflösenden Aspekt. Meist geht es dabei um individuelle, künstlerische Lösungen, Fragestellungen und/oder Anregungen. Während die anabolische Ästhetik den herrschenden Sehgewohnheiten folgt, stellt die katabolische Funktion diese in Frage. Diese Aufgabe, eine katabolische Störung zu erzeugen, hat eine erstaunliche perturbative Wirkung. Sie gibt Anstoss, das bisherige Verständnis von Bild und Abbild zu überdenken und kreativer und freier mit dem eigenen Bild umzugehen.

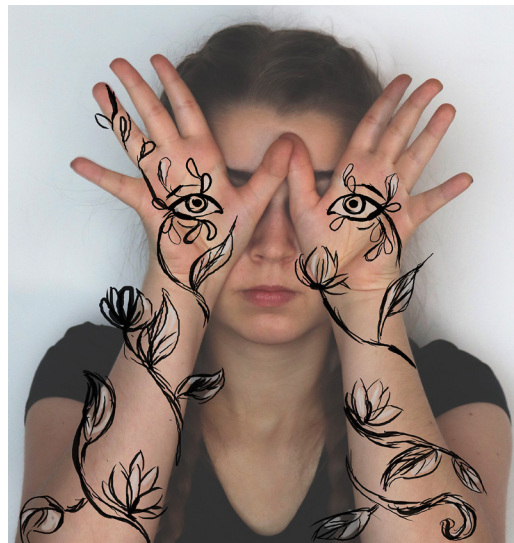


Abb. 20: Anabolik © Elisa Hannappel.



Abb. 21: Katabolik © Katharina Ünal.

Bei der letzten Aufgabe, dem Thema «Filter», werden die Algorithmen der Bildprogramme genutzt. Eigentlich geht es hier um eine kreative Auseinandersetzung mit der Instagram-Ästhetik. Mit dem Wissen der katabolischen Funktion werden jedoch die Filter sehr bewusst gewählt, Teilweise werden die Bilder zusätzlich mit Hilfe von Bildbearbeitungstools bearbeitet.



Abb. 22: Filter © Saskia Lange.



Abb. 23: Filter © Ana Itoshvili.

Die beiden Projektbeispiele belegen, dass die Bildsprache und das visuelle Ausdrucksvermögen von Jugendlichen sicherlich durch die Algorithmen und die Resonanzkultur der Soziale Medien geprägt sind, dass aber das Decodieren dieser Bildwelten und/oder die aktive Aneignung durch visuelle Gestaltung durch geringe Anstösse (Perturbation) zur Differenzierung und Erweiterung von Wahrnehmungsprozessen führt. Medienpädagogische Massnahmen machen die visuellen Bildwelten nicht nur verstehbar, sie wecken latente Potenziale und geben zudem Instrumentarien an die Hand, das eigene Selbst besser zu verstehen und bewusst Einfluss zu nehmen auf die Resonanzen, die für die Identitätsbildung eine zentrale Bedeutung haben.

8. Conclusio: Medienpädagogische Herausforderungen

Für die (Medien-)Pädagogik stellen die Beeinflussungen durch Algorithmen grosse Herausforderungen dar, damit nicht die durchaus nachvollziehbaren Interessen und Bedürfnisse der Nutzenden missbraucht und diese manipuliert werden. Umso dringlicher sind Kompetenzen bzw. Befähigungen, die warenförmige Zurichtung bzw. die vorkonfektionierten Bildschablonen sowie die präfigurierten Kommunikations- und Ausdrucksweisen (Gunkel 2018, 338f.) zu identifizieren, damit sie auf die subjektive Wirklichkeitserzeugung keinen Einfluss haben. Da die Algorithmen eine immer grössere Bedeutung erlangen, ist eine gesellschaftliche Auseinandersetzung unumgänglich. Zu klären ist nicht nur, wer die Algorithmen kontrolliert, zugleich besteht die Notwendigkeit die Struktur dieser Algorithmen transparent zu machen. Die

Konstituierung gesellschaftlicher Macht aktualisiert sich aktuell über die Kontrolle von Daten (Stalder 2017, 269). Politische Interventionen der Rahmenbedingungen sind daher unerlässlich. Da nicht nur die technologische Form allein den Gebrauch von Medien bestimmt, sind wir gefordert, die politischen Rahmenbedingungen in den Blick zu nehmen.

Wenn auch die gesellschaftlichen und technologischen Rahmenbedingungen das Denken und Handeln der Menschen im Sinne der beschriebenen Dispositionen und Formatierungen beeinflusst, darf nicht vernachlässigt werden, dass Subjekte nur relational verstanden werden können, d. h. dass das Verständnis von Welt im Wechselspiel zwischen materieller und sozialer Umwelt verortet werden muss (Allert et al. 2017, 15).

Die Beispiele aus der Bildungspraxis zeigen, dass die Formatierungen durch Digitalisierung und/oder Soziale Netzwerke (z. B. Instagram) nicht festgeschrieben sind, sondern durch handlungsorientierte Bildungsarbeit korrigiert bzw. verändert werden können. Jugendliche sind offen und nicht fixiert auf Bildpraxen. Ihr Motiv steht meist in Verbindung mit der Absicht, die sozialen Kontakte zur Verbesserung der virtuellen und realen Alltagskulturen zu nutzen. In der digitalen Medienkultur wächst offensichtlich der Bedarf nach Vergemeinschaftung, sich mit anderen Menschen auszutauschen, Erfahrungen und Erlebnisse zu kommunizieren. Die Eingebundenheit in eine soziale Gemeinschaft wird als Notwendigkeit angesehen, um sich in der aktuellen Gesellschaft behaupten zu können. Dies geschieht vor allem mittels der dargestellten Bildpraxen. Diese produktive Dimension der Bildpraxen und die damit verbundene Chance, an der Kernnarration der Identität zu arbeiten, ist eine wichtige Entwicklungsaufgabe für Jugendliche. Die Projektbeispiele belegen, dass eine angemessene pädagogische Interaktion nicht die Intervention ist, sondern die Anregung (Perturbation), neue bzw. andere Perspektiven mit in die Lösung der jeweiligen Suchbewegungen mit einzubeziehen. Zu beachten ist, dass die Bildpraxen in Verbindung stehen mit dem Bedürfnis von Jugendlichen, Beziehungskonstellationen zu finden, die die Rekonstruktion des Sozialkörpers gewährleisten und befriedigende soziale und kulturelle Erfahrungen eröffnen. Medienpädagogik kann unterstützen, dass sich Jugendliche Ressourcen erschliessen und sich mit ihren Sinnkonstrukten auseinandersetzen, damit sich ihre Bedürfnisse und Interessen in der durch Digitalität geprägten persönlichen gesellschaftlichen Umwelt auch realisieren lassen.

Literatur

- Allert, Heidrun, Michael Asmussen, und Christoph Richter. 2017. «Digitalität und Selbst: Einleitung». In *Digitalität und Selbst: Interdisziplinäre Perspektiven auf Subjektivierungs- und Bildungsprozesse*, herausgegeben von Heidrun Allert, Michael Asmussen und Christoph Richter. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839439456-003>.
- Arnheim, Rudolf. 1965. *Kunst und Sehen: Eine Psychologie des schöpferischen Auges*. Berlin, New York: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783111501581>.
- Arnheim, Rudolf. 1979. *Entropie und Kunst: Ein Versuch über Unordnung und Ordnung*. Köln: DuMont.
- Baecker, Dirk. 2005. *Form und Formen der Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Becker, Ilka. 2011. *Fotografische Atmosphären: Rhetoriken des Unbestimmten in der zeitgenössischen Kunst*. München: Wilhelm Fink.
- Dawkins, Richard. 1978. *Das egoistische Gen*. Berlin, Heidelberg: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-55391-2>.
- Gehlen, Dirk von. 2021. *Meme: Digitale Bildkulturen*. Berlin: Wagenbach.
- Grünwald, Jan. 2021. «Instagram-Stories als Bildverstärker und Kommunikationsanlass». In *Mikroformate: Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen Medienkulturen*, herausgegeben von Peter Moormann, Manuel Zahn, Patrick Bettinger, Sandra Hofhues, Helmke J. Keden und Kai Kaspar, 135–42. München: kopaed.
- Gumbrecht, Hans Ulrich. 2011. *Unsere breite Gegenwart*. Berlin: Suhrkamp.
- Gunkel, Katja. 2018. *Der Instagram-Effekt: Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. Image, Band 139. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839444450>.
- Hüther, Gerald. 2004. *Die Macht der inneren Bilder: Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern*. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Kolb, Gila, und Helena Schmidt. 2021. «The Art of Memes». In *Mikroformate: Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen Medienkulturen*, herausgegeben von Peter Moormann, Manuel Zahn, Patrick Bettinger, Sandra Hofhues, Helmke J. Keden und Kai Kaspar. München: kopaed. <http://zkmb.de/the-art-of-memes/>.
- Krämer, Sybille. 1998. *Medien, Computer, Realität: Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. 1. Aufl. Suhrkamp-Taschenbuch Wissenschaft 1379. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Leeker, Martina. 2018. «(Ästhetische) Vermittlung 2.0: Von Kunst-/Vermittlung und Kritik in digitalen Kulturen». *Kunstpädagogische Positionen* 40.
- Mante, Harald. 1977. *Bildaufbau, Gestaltung in der Fotografie*. 4. Aufl. Ravensburg, München: Laterna Magica.
- Müller, Michael R. 2012. «Figurative Hermeneutik: Zur methodologischen Konzeption einer Wissenssoziologie des Bildes». *Sozialer Sinn* 2012 (1): 129–61.
- Müller, Michael R. 2016. «Bildcluster: Zur Hermeneutik einer veränderten sozialen Gebrauchsweise der Fotografie». *Sozialer Sinn* 2016 (1): 95–142.

- Nancy, Jean-Luc. 2012. *Singulär plural sein*. Durchges. Neuaufl. Transpositionen 16. Berlin: Diaphanes.
- Otto, Isabell. 2018. «Interfacing als Prozess der Teilhabe: Zur Entstehung von Smartphone-Gemeinschaften am Beispiel von Snapchat». In *Smartphone-Ästhetik: Zur Philosophie und Gestaltung mobiler Medien*, herausgegeben von Oliver Ruf, 105–22. Medien- und Gestaltungsästhetik 1. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.14361/9783839435298-007>.
- Pasdzierny, Matthias. 2021. ««Make Every Second Count»: Musikalisierte Mikroformate als Zentrum der Kurzvideo-App und Social Media-Plattform TikTok». In *Mikroformate: Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen Medienkulturen*, herausgegeben von Peter Moormann, Manuel Zahn, Patrick Bettinger, Sandra Hofhues, Helmke J. Keden und Kai Kaspar, 43–62. München: kopaed.
- Richter, Christoph, und Heidrun Allert. 2017. «Poetische Spielzüge als Bildungsoption in einer Kultur der Digitalität». In *Digitalität und Selbst: Interdisziplinäre Perspektiven auf Subjektivierungs- und Bildungsprozesse*, herausgegeben von Heidrun Allert, Michael Asmussen und Christoph Richter, 237–61. Bielefeld: transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839439456-011>.
- Röll, Franz Josef. 1989. *Mythen und Symbole in populären Medien: Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik*. Frankfurt am Main: GEP.
- Röll, Franz Josef. 2009.: «The Subjective Side of the Objective – Media Pedagogy looks at Signs of the City». In: *Signs of the City – Metropolis Speaking*, herausgegeben von Horn, Stefan; Rudolf Netzelmann und Peter Winkels, 152-4. Berlin: Jovis.
- Ruf, Oliver. 2021. «Mikro-Kommunikation: Überlegungen zu einer Medienästhetik von Whats App». In *Mikroformate: Interdisziplinäre Perspektiven auf aktuelle Phänomene in digitalen Medienkulturen*, herausgegeben von Peter Moormann, Manuel Zahn, Patrick Bettinger, Sandra Hofhues, Helmke J. Keden und Kai Kaspar, 69–81. München: kopaed.
- Stalder, Felix. 2017. *Kultur der Digitalität*. 2. Auflage. Suhrkamp.
- Thürlemann, Felix. 2005. *Bild gegen Bild: Für eine Theorie des vergleichenden Sehens*. Schriften von Felix Thürlemann 32. Heidelberg: Universitätsbibliothek der Universität Heidelberg.
- Thürlemann, Felix. 2013. *Mehr als ein Bild: Für eine Kunstgeschichte des «hyperimage»*. Bild und Text. München: Fink.
- Toffler, Alvin 1980. *The third wave*. Bantam paperback ed. New York: Bantam.
- Ullrich, Wolfgang. 2013. «Die Rückkehr der Aura in der Handy-Fotografie: Instant-Glück mit Instagram». <https://www.nzz.ch/feuilleton/instant-glueck-mit-instagram-1.1809606>.
- Ullrich, Wolfgang. 2019. *Selfies*. Digitale Bildkulturen. Berlin: Wagenbach.
- Watzlawick, Paul, Janet Beavin Bavelas, und Don D. Jackson. 2017. *Menschliche Kommunikation: Formen, Störungen, Paradoxien*. 13., unveränderte Auflage. Bern: Hogrefe.
- Weber, Ernst A. 1979. *Sehen, Gestalten und Fotografieren*. Berlin: De Gruyter.
- Zeh, Miriam. 2020. «TikTok Pop». *Kultur und Kritik* 16: 10–5.