



Nick Böhnke, Christoph Richter, Christoph Schröder,
Martina Ide, Heidrun Allert (Hg.)

Atlas Sozialer Medien

VERORTUNGEN IN DEN
WEITEN DIGITALER KULTUR

Nick Böhnke, Christoph Richter, Christoph Schröder,
Martina Ide, Heidrun Allert (Hg.)

Atlas Sozialer Medien

VERORTUNGEN IN DEN
WEITEN DIGITALER KULTUR

Inhaltsverzeichnis

7 ›VOM SPRUNG AN ORTE, AN DENEN WIR NOCH NICHT GEWESEN SIND‹

Der Atlas Sozialer Medien: Eine Gebrauchsanleitung

21 AUSGEWÄHLTE FORSCHUNGSPULSE 2018-2021

23 **Wie ein ›gewöhnliches‹ Posting entsteht.**

Ich backe mir einen Post / Kein Regen in Frankfurt / Urlaub digital / Gibt es das Gewöhnliche? / Was ist wann gewöhnlich? / Alles ganz natürlich?

37 **Heute schon influenced worden?**

Influencing - Instagram / Heute schon influenced worden? Ja! / Heute schon influenced worden? / Wen lassen wir an uns heran? / Kann Influencing bildsam sein? / Immer nur Katzenbilder?

51 **Attraktivität in Sozialen Medien**

Roter Lippenstift / Das Mädchen aus Texas / Attraktivität in Sozialen Medien / Warum vertrauen wir? / Was erwarten wir von wem? / Authentisch oder inszeniert?

65 ***Pop, Poetry or Crap***

Pop, Poetry, Crap / Hunde, Schafe und Kinder / Gates of Heaven, Hide the Pain, Harold und der Schrei / Wie über anderes sprechen? / Wie politisch ist Ästhetik? / Was (wirklich) zählt?

81 **Home**

Yoga auf Youtube / New Tristram & Outer Heaven / Sehnsucht nach der StudiVZ / Kommen wir im Digitalen heim? / Zuhause ›analog‹ oder ›digital‹? / Wer gestaltet die digitalen Orte?

95 **Bitte recht freundlich!**

Bitte recht freundlich! / Sind wir lesbar? / Welche Uneindeutigkeiten gehen verloren? / Für wie berechenbar halten wir uns?

109 ›WOHIN DES WEGES? BESCHRITTENE
UND (NOCH) UNBESCHRITTENE PFADE‹

Abschließende Gedanken

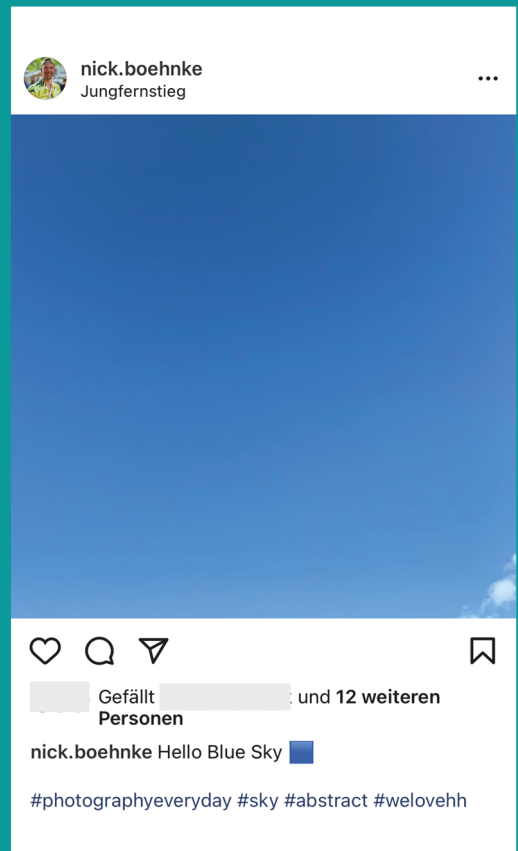
116 HERAUSGEBER*INNEN

117 ABBILDUNGSNACHWEISE

118 IMPRESSUM

›Vom Sprung an Orte,
an denen wir noch
nicht gewesen sind‹

Der Atlas Sozialer Medien: Eine Gebrauchsanleitung



Quelle: Instagram: Nick Böhnke (@nick.boehnke), 25.02.2020.
[...]: Hello Blue Sky #photographyeveryday #sky #abstract
#welovehh. Screenshot: Nick Böhnke, <https://www.instagram.com/p/B9AADMl0j0t/> (aufgenommen am 14.06.2021).

>> Es ist ein für Februar ungewöhnlich sonniger Tag, ein paar Zirruswolken ziehen über den weithin blauen Himmel und ich stehe am Jungfernstieg in Hamburg. Ich greife nach meinem Smartphone, richte das Objektiv der integrierten Kamera gen Himmel und drücke ab. Ein paar kleine Korrekturen von Bildausschnitt und Farbigkeit, noch ein paar Hashtags: #photographyeveryday, #sky, #abstract und #welovehh und auf ›teilen‹ drücken. Es ist geschafft. Ich habe mein erstes Posting auf Instagram veröffentlicht: »Hello Blue Sky«.

#beenthere

>> Ich bin übrigens Nick Böhnke, einer der Herausgeber*innen dieses ›Atlas Sozialer Medien‹. Manchmal ist es nicht leicht, einen Anfang zu finden, einfach abzuspringen, um irgendwo zu landen, wo man eben noch nicht war und möglicherweise überhaupt noch nie gewesen ist.¹ Der amerikanische Essayist Mark Greif hält diesen Sprung allerdings für eine Illusion: der Bungee-Sprung als Symbol unserer Zeit. Im Sprung lassen wir nur einen Augenblick los, doch hält uns das Bungee-Seil, schützt uns vor dem drohenden Aufprall. Der freie Fall, dieses Sich-fallen-Lassen, dauert nur einen Augenblick und schon im nächsten pendeln wir auf und ab. Niemals, und das wissen wir vor unserem Absprung, fallen wir tiefer, als es die Länge des Seils zulässt. Eine Weile lang pendeln wir noch, bevor wir wieder auf die Plattform unseres Absprungs hochgezogen und damit wieder an unseren eigenen Anfang zurückversetzt werden.² Wenn wir abspringen, müssen wir uns folglich fragen, ob wir wirklich ab- und über unseren Horizont hinwegspringen, oder ob wir unseren Horizont nur weiten, während wir doch dort bleiben, wo wir sind.

Ganz gleich, wo wir sind, wir richten unseren Blick zuerst einmal auf unsere Umwelt, nehmen sie in den Blick und wenden uns vom einen ab und dem anderen zu. Dieses andere liegt als Verlockung am Horizont. In den Sozialen Medien begegnen wir nun einem ins Extreme gesteigerten Paradoxon. Wir, die wir als Körper, die wir nun einmal sind, hier sind, müssen gar nicht mehr springen. Es scheint, als hielten wir die Weite eines Horizonts in unseren Händen, den wir selbst springend wohl kaum erreichen könnten. Also betonen wir unseren eigenen Standort. Und so habe ich mit meinem ersten Posting etwas getan, das in den Sozialen Medien sehr häufig zu beobachten ist und das wohl eine sehr grundlegende Motivation in der Nutzung Sozialer Medien ist: Ich habe eine Markierung gesetzt: »Ich bin hier.«

Ich hätte an diesem Tag überall sein können. Es hätte nicht die Hamburger Binnenalster sein müssen, einfach irgendwo anders. Aber ich war eben dort und habe meine Anwesenheit durch präzise Standortbestimmung, die Instagram anhand von Geotracking vorgenommen hat, mit allen anderen geteilt. Mein leibliches Hier ist Nullpunkt und aktuelles Zentrum, aus dem heraus für mich alles Sichtbare überhaupt erst sichtbar wird, mich überhaupt erst aufmerken lässt, sodass ich den Impuls verspüre, es zu dokumentieren, es in einem Bild festzuhalten. Und nun drängt sich die Frage auf, warum ich das Blau des Himmels in dieser recht eigenwilligen Bildanlage mit den wenigen von rechts unten in das Format eindringenden Andeutungen von Wolken festgehalten habe. Es drängt sich die Frage auf, ob die eigentliche Standortbestimmung durch eine Fotografie des Jungfernstiegs mit seinen Alsterterrassen und dem Blick auf die Binnenalster nicht ein eindeutigeres Bild meiner Standortmarkierung gezeichnet hätte. Warum also ein Bild des Himmels?

Es geschah dieser eine Augenblick, der mich aufmerken ließ, weil ich aus einem angrenzenden Gebäude hinaustrat und bemerkte, dass es ein für Februar ungewöhnlich sonniger Tag mit ein paar wenigen über den weithin blauen Himmel ziehenden Zirruswolken war. Aus diesem primären Aufmerken schälte sich im Blick des Kunsthistorikers, der ich nun einmal bin, die Auffälligkeit eines formalen Kontrastverhältnisses von Blau und Weiß heraus, das ich im Bild festhielt.³ Durch diese kleinen weißen Flecken bekommt das ausgewogene quadratische Format des späteren Instagram-Posts nicht nur eine optische Unwucht, das monochrome Blau wird überhaupt erst als beinahe wolkenloser Himmel lesbar. Und damit kommen wir zurück auf die Standortbestimmung, die ich gesetzt habe. Hatte Instagram anhand von Geotracking bereits die präzise Standortbestimmung vorgenommen, ergänzte ich meinerseits noch den Zeitpunkt. Nur in diesem Augenblick, als ich den Blick von diesem Punkt an den Alsterterrassen gen Himmel richtete, war dieses Foto möglich. Schon morgen, übermorgen, nächste Woche oder wann auch immer in der Zukunft wird dieses Bild so nicht mehr möglich sein. Aus der Verschränkung von Hier und Jetzt blicken wir um uns, sind aufmerksam, bis uns etwas Bestimmtes auffällt, dem wir unseren Blick zuwenden, bis wir uns wieder abwenden, um uns anderem und anderen zuzuwenden.

Diese Zuwendung impliziert schon eine wesentliche räumliche Distanz. Wenn ich hier bin, ist der andere dort. Alle gemeinsam bewegen wir uns miteinander in Raum und Zeit. Doch hat niemand seinen Platz, ohne sich gegenüber den anderen zu verorten. Mein Verhältnis zur Welt, die Bedeutungszusammenhänge, die ich bilde, nehmen ihre Referenzen vom mir begegnenden anderen, das mir in den Postings der anderen präsentiert wird. In der Bildung von Referenzen versuche ich das andere und die anderen derart in Relation zueinander und zu mir zu setzen, dass sie für mich handhabbar werden.⁴ Und zu ordnen impliziert eine vermeintliche Unordnung nicht aushalten zu können, das Chaos, aus dem die Dinge emporkommen, derart ordnen zu wollen, dass sie eine Form annehmen, die möglichst unmissverständlich ist. Deshalb sind die wenigen weißen Flecken, durch die die Wolken noch angedeutet sind, in die rechte untere Ecke gerückt. Sie weichen dem Blau, dürfen aber nicht vollkommen aus dem Bild verschwinden, weil sie der wesentliche Anker der Erkennbarkeit des Abbilds des Himmels sind.⁵ In der so gefundenen Form wird etwas handhabbar. Und im Begriff der Handhabbarkeit schwingt eine leibliche Grundkonstante mit, die ganz praktisch auch bedeutet, dass ich jemandem zwar nahekommen kann, dass dies aber auch bedeutet, dass ich selbst mir mein Hiersein an meinem Ort nicht ausgesucht habe, weil der andere gerade dort ist, wo ich möglicherweise jetzt selbst gern wäre. So wurde ich an meinen Ort versetzt.⁶ Und damit schließt sich der Kreis, der oben eröffnet worden ist. Wann immer wir anderen begegnen, werden

>> wir zum Sprung aufgefordert. Wie weit oder kurz der Sprung auch sein mag, wir springen. Wo wir eben gewesen sind, sind wir im nächsten Augenblick schon nicht mehr. Wir besetzen einen anderen Standort und nehmen zu einem neuen Zeitpunkt einen neuen Standpunkt ein. Und von hier aus eröffnet sich eine neue Perspektive. Die Weite des Horizonts scheint sich weiter vor uns aufzuspannen.

Unter dem Motto »Zeig Deine Welt! Entdecke Vielfalt! Gestalte digitale Kultur!« soll dieser Atlas Sozialer Medien einen Raum bieten, zu springen, anderen und ihren Erfahrungen zu begegnen und sich selbst zu verorten. Aus dem vom Bundesministerium für Forschung und Bildung geförderten Projekt »Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung« hervorgegangen, das in Kooperation der Abteilung für Medienpädagogik/Bildungsinformatik des Instituts für Pädagogik mit dem Kunsthistorischen Institut der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel von Oktober 2017 bis September 2021 die Formen von Interaktion und Teilhabe in der Nutzung von Instagram, YouTube, Facebook und Co. erforschte, verfolgte das Team des Onlinelabors das Ziel einer Öffnung der Diskussion um die Bedeutung der Sozialen Medien in unserem alltäglichen Handeln. Ziel war und ist es, die Weite des Horizonts möglicher Formen der Artikulation und Interaktion in den vielfältigen Nutzungspraktiken in Sozialen Medien durch gezieltes Nachfragen bei den Akteur*innen aufzufächern. Denn die Landschaft der Sozialen Medien ist von einer kaum zu überschauenden und sich permanent verändernden Weite: Nicht nur Apps mit dem Fokus auf Bildinhalten wie Instagram oder Snapchat, auch Chatangebote wie WhatsApp, Telegram, Threema, Discord, Videoplattformen wie YouTube, TikTok oder andere Orte des digitalen Austauschs wie DeviantArt, Wordpress-Blogs, Wikipedia, Yelp, Amazon-Rezensionen, Spieleplattformen wie Steam, Epic-Games oder Apple Arcade und nicht zuletzt Facebook eröffnen in der Nutzung ganz spezifische Räume mit spezifischen Formen von Interaktion und Teilhabe.

Mit dem Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung ist ein Raum eröffnet worden, der zur Interaktion und Teilhabe in der Begegnung mit anderen und zum Austausch über gemeinsame und divergierende Erfahrungen anregt, um es dem und der Einzelnen zu ermöglichen, sich selbst immer wieder neu zu verorten. Wir alle haben Anteil an den Prozessen der Aushandlung und Veränderung, der Standortbestimmung und Standortverlagerung, und so agierten nicht nur die Teilnehmer*innen des Onlinelabors, sondern auch die Forschenden unter den Bedingungen des Postdigitalen. Diese Situation des Postdigitalen ist nicht, wie das Präfix »Post« nahelegen könnte, eine Situation nach dem Digitalen. Heute unterliegt jegliches Handeln in irgendeiner Art und Weise und mehr oder minder offensichtlich den Bedingungen des Digitalen. Die Bedingung des Postdigitalen verändert und reguliert vielmehr den Bezug zur

Ich bin hier. Ich wurde an meinen Ort versetzt.

Welt gegenüber dem Zustand davor. Mit dem Smartphone in den Händen sieht man anders, etwa in Motiven und Bildausschnitten, die eine Situation möglichst prägnant zusammenfassen, um in der Kommunikation in den Sozialen Medien möglichst viele andere hinter ihren digitalen Endgeräten zu erreichen. Dieser veränderte Bezug zur Welt unter den Bedingungen des Postdigitalen gilt letztlich für jede und jeden von uns. Wenn auch von unterschiedlichen Standpunkten aus, begegnen Teilnehmende und Forschende einander im partizipativen Forschungsprozess in einem gemeinsam geteilten Feld.⁷ Da wir alle uns unser Hiersein an einem Ort nicht ausgesucht haben, da wir uns immer in einem Beziehungsgeflecht mit jenen anderen befinden, die uns dorthin versetzen, wo wir noch nicht waren und unter Umständen gar nicht hin wollten, nun aber dort sind, haben wir weder unmittelbaren Einfluss darauf, welche von diesem Standpunkt aus unmöglich zu überschaubare Weite sich uns zeigt, noch haben wir unmittelbaren Einfluss darauf, welche Weite sich den anderen eröffnet. In Anerkennung dieser ›Unverfügbarkeit des anderen‹ entsteht ein Spannungsverhältnis zwischen wissenschaftlicher Hypothese und gerichtetem wissenschaftlichen Erkenntnisinteresse durch die Unmöglichkeit des Besetzens des Standpunktes der anderen. Eröffnet und immer wieder auch ausgehalten wird dieses Spannungsverhältnis im Prozess des ergebnisoffenen Nachfragens, im Hin-hören und Lauschen auf und dem Sich-zeigen-Lassen des individuellen Erlebens durch Teilhabe der anderen an einem dialogischen Setting.

Und jeder Dialog beginnt mit einem Impuls, einer Frage, einem Statement oder einer Beobachtung, durch die die oder der andere abgeholt und zum Sprechen animiert wird. Solche Impulse, dokumentarische wie explorative, sind hier versammelt. Auf einer grundlegenden Ebene kann es zuerst einmal darum gehen, zu erfragen, welche Sozialen Medien die Teilnehmer*innen verwenden, um in weitergehenden Erkundungen die Aufmerksamkeit auf bestimmte Phänomene oder Situationen zu lenken, um sie zur Dokumentation ihres eigenen Erlebens anzuregen und im Zuge dessen möglicherweise etwas genauer als üblich hinzuschauen. Ein anderes Mal kann es darum gehen, Dinge auszuprobieren, selbst kreativ zu werden und z. B. Praktiken der Inszenierung in Sozialen Medien oder auch technischen Aspekten wie denen der Bilderkennungsalgorithmen oder Phänomenen wie Influencing, Werbung oder Fake News durch Experimente nachzuspüren. Am Anfang eines jeden Impulses steht eine Irritation, das andere, das mir auffällt, das ich mir aber nicht unmittelbar erklären kann. Es bleibt etwas Unbestimmtes, das nicht aufzulösen ist und damit ein besonderes Interesse weckt. Im Onlinelabor werden die Beiträge und Erfahrungen für andere sichtbar. Und nicht selten beobachten die Teilnehmer*innen, dass sie mit ihrem Nutzungsverhalten, von dem sie eben noch annahmen, dass es nur ihnen zu eigen sei, tatsächlich gar nicht allein dastehen. An manchen Punkten treffen sie

>> auf andere Teilnehmer*innen, sodass es zu weiterführenden Diskussionen und Aushandlungsprozessen um Standortbestimmungen kommt. Hier besteht immer wieder die Möglichkeit, an die anderen und ihre Standorte heranzurücken, um zu versuchen, ihre Sicht zu teilen und derart erneut auf Unbestimmtes zu treffen. Und in dem Moment, da etwas für den einen fragwürdig wird, während es der oder dem anderen selbstverständlich ist, wird ein Raum eröffnet, der die Bewegung auf die oder den anderen zu ermöglicht und das eigene Selbstverständliche schon mit minimaler Standortverschiebung wieder fraglich macht.⁸

Die sechs hier versammelten Impulse repräsentieren nur eine Auswahl aus einem Fundus von 46 Impulsen, die über einen Zeitraum von vier Jahren erarbeitet worden sind. Sie spiegeln nicht nur die kontinuierliche Weiterentwicklung des Onlinelabors im Verlauf der fortschreitenden partizipativen Forschung wider, sondern in der hier getroffenen Auswahl wird auch die sukzessive Fokussierung der Fragestellungen vom Allgemeinen hin zum Besonderen vollzogen. Dieser Prozess des Fokussierens beginnt beim Setzen eines Anfangs, der einen Weg bahnt und sehr bald auf einige Gabelungen und spezielle Fragen des Agierens und Interagierens in und durch Soziale Medien zusteuert. Und um die Komplexität auf wesentliche Stränge zu verdichten und die Leser*innen im Dickicht verschiedenster möglicher Zugänge nicht zu verlieren, war eine Auswahl zu treffen, die hier nun versammelt ist.

Eine kurze editorische Notiz: Sämtliche hier veröffentlichte Beiträge sind bezüglich ihrer Form und ihres Inhaltes unverändert wiedergegeben. Schreibweise und Interpunktionszeichen sind weitgehend, d. h. soweit sie das Verständnis nicht erschweren, beibehalten. Offenkundige Rechtschreibfehler wurden stillschweigend korrigiert. Die Angaben zu Bildmaterial, das von privaten Accounts aus sozialen Netzwerken stammt, sind zum Schutz der Persönlichkeitsrechte der Einzelnen anonymisiert und die Bildnachweise jeweils in dem Maße dargelegt, wie sie von den jeweiligen Teilnehmer*innen des Onlinelabors angegeben worden sind.

Da, wie oben schon einmal angeklungen ist, mit jeder Handlung ein Anfang gesetzt, die Initiative ergriffen und durch jede Aktion etwas Neues in Bewegung versetzt wird, das dadurch überhaupt erst auffällig wird,⁹ steht am Anfang dieses Atlas die Frage nach der grundlegenden Handlung des Postens. Wie entsteht ein gewöhnliches Posting? Ist dieser Anfang gesetzt, markieren wir mit ihm unseren Standort, versetzen die anderen dorthin, wo sie noch nicht gewesen sind, und stellen Gemeinsamkeiten und Differenzen heraus. Wo unterscheiden wir uns, wo entdecken wir Gemeinsamkeiten? Sind wir heute schon influenced worden? Wie weit sind wir bereit, Differenzen zu überwinden und uns einander anzunähern? Diese Annäherung

Zeig Deine Welt! Entdecke Vielfalt!

ist der Beweggrund, im dritten hier vorgestellten Impuls nach der Attraktivität in Sozialen Medien zu fragen. Kann Attraktivität im Sinne der Annäherung an andere jenseits von Selbstoptimierung und Beautytutorials nicht auch ganz grundsätzlich als ein Entgegenbringen von Vertrauen, als Anziehung durch ein Gefühl der Vertrautheit gedacht werden? Und wo Vertrauen entgegengebracht wird, kann auch das Vertrautmachen mit dem noch Unvertrauten gelingen, weshalb im vierten Impuls die Aushandlung von Verschiedenheit thematisiert wird. Was vom jeweiligen Standpunkt aus als Pop, Poetry or Crap, was mal als zeitgemäße Form des visuellen Ausdrucks, mal als affizierende und mal als Form ohne offensichtlichen inhaltlichen Bezug in Erscheinung tritt, wird von verschiedenen Akteur*innen durch ihr unterschiedliches Agieren immer wieder neu verhandelt. In den beiden folgenden Impulsen werden noch einmal zwei Weggabelungen beschritten. Der eine Pfad führt über die Frage, ob es für manche oder viele von uns digitale Orte gibt, die wir immer wieder aufsuchen, weil wir auf uns vertraute andere treffen, die uns ein Gefühl des nach Hause Kommens geben. Der andere Pfad führt zu maschinellem Lernen und Künstlicher Intelligenz als einem anderen, das uns und unsere Emotionen technisch zu erfassen vermag und die Begegnung mit dem anderen grundlegend verändert. Hat der technische Fortschritt ein Maß erreicht, dass, wenn wir gebeten werden, bitte recht freundlich in eine Kameralinse zu schauen, mit diesem technischen Ding zu interagieren versuchen, wie es bei den Smart-Home-Gadgets zu beobachten ist?

Diese sechs ausgewählten Impulse sollen zum Nachdenken anregen. Sie sollen dazu anregen, den eigenen Standpunkt näher zu erkunden. Wenn ich hier bin, ist der andere dort, und doch bewegen wir uns alle gemeinsam durch unser Artikulieren und Interagieren in den vielfältigen Nutzungspraktiken in Sozialen Medien. Da Interaktion nur mit der anderen, dem anderen und den anderen stattfinden kann, treten in jedem der sechs Impulse immer auch einige Teilnehmer*innen in Erscheinung, um über die Perspektive, die sich ihnen von ihrem Standpunkt aus eröffnete, zu sprechen. Ihnen zur Seite stehen die Perspektiven der Forschenden, die mit ihrem Blick auf die Phänomene und ihrem eigenen Erleben der Phänomene ebenso in den Dialog eintreten. Denn es ist uns, den Herausgeber*innen dieses Atlas, ein wesentliches Anliegen, die individuellen Verflechtungen zu zeigen, aus denen sich niemand von uns herauszulösen vermag. Niemand, die Forschenden eingeschlossen, kann aus der Situation, in der sie oder er agiert, kann aus dem Handlungsgeflecht, in das wir alle verwoben sind, heraustreten. Die Objektivität der Forschung ist ein Ziel, dem man sich also nur dann annähern kann, wenn man die anderen in ihrem So-sein anerkennt und sie so sein lässt. Jede Perspektive öffnet sich von einem anderen Standpunkt aus, was auch bedeutet, dass es immer verschiedene Perspektiven

Gestalte digitale Kultur!

- >> gibt. Keine macht mehr oder weniger sichtbar, sondern sie lässt immer wieder anders und immer wieder anderes sehen. So wollen denn auch die kurzen Texte von Christoph Schröder, Christoph Richter und mir, Nick Böhnke, vornehmlich zeigen, dass die jahrelange Forschungstätigkeit auf dem Gebiet der Medienpädagogik, der Bildungsinformatik und der Kunst- und Bildwissenschaften das persönliche Erleben immer stärker einfärbt, als würde man durch eine Brille mit getönten Gläsern schauen. Dadurch machen die Texte anderes sichtbar. Sie wollen nicht erläutern, einordnen oder gar bewerten, sondern sie wollen sich als eine weitere in die Weite des Horizonts gerichtete, individuelle Perspektive zeigen und einreihen.

Dieser unüberschaubaren Weite ist der Atlas Sozialer Medien gewidmet. Er soll dazu ermutigen, zu springen. Er soll dazu ermutigen, abzuspringen, um in der Selbstverortung und Begegnung mit anderen über unseren Horizont hinwegzuspringen. Mit dem Atlas laden wir dazu ein, sich im Denken der hier versammelten Denkanstöße fallen zu lassen, zwischen den verschiedenen Impulsen zu pendeln und nicht dorthin zurückzukehren, wo wir gestartet sind. Denn von jedem neuen Standpunkt aus besehen, erscheint uns der Horizont vor uns ein wenig weiter als noch zuvor.

Vieles ist hier zu Standortbestimmungen, zum Hier und Dort, zu mir und den anderen, zur Verortung gegenüber den anderen und den Bedeutungszusammenhängen, die durch gegenseitiges Verorten gebildet werden, gesagt worden. Diese Standortbestimmungen und die Weite, die sie aus den vielfältigen Perspektiven jeweils zu eröffnen versuchen, wären in den vergangenen vier Jahren der Forschung im Projekt Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung, aus dem schließlich dieser Atlas Sozialer Medien hervorging, nicht möglich gewesen, hätte die Forschung nicht in einem großen Team stattgefunden.

In der Leitung des Projekts behielten Heidrun Allert am Institut für Pädagogik und Martina Ide am Kunsthistorischen Institut der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel das große Ganze aus medienpädagogischer, bildungsinformatischer und kunstdidaktischer Perspektive im Blick. Koordiniert wurde das Projekt von Christoph Richter. In der Projektumsetzung wurden die wissenschaftlichen Mitarbeiter*innen Nick Böhnke und Sabrina Thiele vom Kunsthistorischen Institut wie auch Christoph Richter und Christoph Schröder vom Institut für Pädagogik der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel zudem von einer ganzen Reihe engagierter studentischer und wissenschaftlicher Hilfskräfte unterstützt. Während sich René Baltrusch, Wolfgang Berns, Helena Hintz, Martha-Lotta Körber, Lena Merker und Laura Zell insbesondere in die Planung, Organisation und Durchführung des partizipativen Forschungs-

prozesses eingebracht haben, wäre ein Forschungsprojekt unter den Bedingungen des Postdigitalen ohne die technische Expertise von Kevin Ebsen, Annkatrin Hoyer, Arvid Lepsien und Jawwad Sarfraz, die uns mit viel Geduld und kreativem Geschick bei der technischen Realisierung des Onlinelabors unterstützt haben, nicht möglich gewesen. Die Begegnung mit anderen außerhalb des universitären Umfeldes und ihre Teilhabe am partizipativen Forschungsprozess wurde maßgeblich durch die Kooperationspartner*innen Friederike von Gross und Renate Röllecke von der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, Florin Feldmann und Christian Galonzka vom Landesverband der Volkshochschulen Schleswig-Holstein, Peter Willers und Henning Fietze vom Offenen Kanal Schleswig-Holstein, Uli Tondorf vom Aktion Kinder- und Jugendschutz Schleswig-Holstein e. V., sowie Michael Vesper aus der Geschäftsstelle Allgemeine Wissenschaftliche Bildungsangebote an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel gefördert. Ihnen sei an dieser Stelle für ihr Engagement und den regen Austausch gedankt.

Zu guter Letzt noch eine notwendige Bemerkung zum eigentlich Offensichtlichen. Jede partizipative Forschung braucht die Begegnung mit den anderen. Ohne sie wären wir nicht hier, niemand anderer dort und jede Standortbestimmung sinnlos. Wir, die Forschenden sind nun hier, wir können mit diesem Atlas Sozialer Medien Denkanstöße liefern und dazu ermutigen, abzuspringen, weil wir selbst auf unserem Weg in den vergangenen vier Jahren in regionalen und überregionalen Forschungswerkstätten zahlreichen Teilnehmer*innen begegnet sind, die es uns erlaubten, nahe an sie heranzutreten, uns an ihrer Perspektive und ihrem Erleben teilhaben ließen und in einen gemeinsamen Dialog eintraten. Nicht jede und jeder Einzelne von ihnen kann hier in Erscheinung treten, doch sie alle haben wesentlich zur Entwicklung dieses Projektes beigetragen. Denn nur wenn wir uns konsequent auf die anderen zubewegen, kann das eigene für selbstverständlich Gehaltene schon mit minimaler Standortverschiebung immer wieder fraglich und der Dialog miteinander am Leben erhalten werden.

- Nick Böhnke

Anmerkungen

1 Das Motiv des Sprungs findet sich bei Martin Heidegger und Søren Kierkegaard. Heidegger beschreibt mit dem Sprung ein Loslassen des Bekannten, ein Loslassen des durch Sprache Ausdrückbaren im Sprung in eine Tiefe des Unbekannten, für das es noch keine Worte gibt, und das möglicherweise gar nicht in Worte zu fassen ist. Schon Kierkegaard formulierte diese Idee eines Sprungs in das Unbekannte, verband mit dem Sprung aber die Empfindung der Angst, da man nicht wisse, wohin man springt. Zu springen bedeutet für ihn sowohl sich die Freiheit zu nehmen in unbekanntes Terrain zu springen als auch in die Ohnmacht der Handlungsfähigkeit zu fallen, da man in der Weite des sich öffnenden Horizonts vor die unendlichen Möglichkeiten der vollkommen freien Wahl gestellt sei.

Heidegger, Martin: Der Satz der Identität [1957], in: Ders.: Identität und Differenz (Martin Heidegger: Gesamtausgabe, hg. v. Friedrich-Wilhelm von Herrmann, Bd. 11), Frankfurt am Main 2006, S. 27-50.
Kierkegaard, Søren: Der Begriff Angst. Eine simple psychologische-hinweisende Erörterung in Richtung des dogmatischen Problems der Erbsünde [1844], Frankfurt am Main 1984.

2 Mark Greif: Nachwort. Im Tal, in: Ders.: Bluescreen. Essays, hg. v. Kevin Venemann, Berlin 2011, S. 229.

3 Bernhard Waldenfels spricht von der Sichtbarkeit der Bilder, die sich selbst und Anderes sehen lassen. Etwas tritt im Bild als Wiederholung des Gleichen in Erscheinung, während es an einem anderen Ort, zu einer anderen Zeit und in einem anderen Medium oder Zusammenhang auftaucht. Im oben genannten Beispiel ist der Himmel nur in Hamburg und nur aus der Perspektive von diesem einen gewählten Standort derart sichtbar, wie er nun im Bild, wann und wo man es sich auch immer anschauen mag, in Erscheinung tritt. Ohne solche Vor- und Nachgestalten gäbe es kein Sehen lernen, kein Wiedererkennen dessen, was einmal vor dem Objektiv gewesen und nun im Bild sichtbar ist. Von dieser grundsätzlichen Bildhaftigkeit der Dinge unterscheidet Waldenfels die künstlerischen Bildwerke, die nicht nur sichtbar sind und etwas sichtbar machen, sondern die Sichtbarkeit als solche mit sichtbar machen. Im Bild ist nicht nur der Himmel als Himmel sichtbar, sondern im Bild ist das genannte Kontrastverhältnis von blau zu weiß sichtbar. Aus dieser Perspektive geht es weniger darum im Bild den Himmel wiederzuerkennen, als das Kontrastverhältnis als Eigenschaft des Bildes anzuerkennen. Dieses im Bild in Erscheinung tretende Kontrastverhältnis zu sehen, noch bevor das Bild gemacht worden ist, meint die Unterscheidung von aufmerken und auffallen. Im Blick in den Himmel lässt etwas aufmerken, bevor man sagen kann, was genau aufgefallen ist.

Bernhard Waldenfels: Ordnungen des Sichtbaren, in: Ders.: Was ist ein Bild? Hg. v. Gottfried Boehm und Karlheinz Stierle, München 1994, S. 233-252.

Ders.: Phänomenologie der Aufmerksamkeit, Frankfurt am Main 2004.

4 Unter den Bedingungen des Postdigitalen sieht Felix Stalder eine digitale Volkskultur des Remix und Mashup entstanden. Obwohl von sehr unterschiedlichen Personen mit sehr unterschiedlichen Intensitäten und unterschiedlichen Ansprüchen betrieben, liege, so Stalder, die Gemeinsamkeit mit der traditionellen Volkskultur darin, dass Produktion und Rezeption, aber auch Reproduktion und Kreation weitgehend zusammenfallen und die aktive Teilnahme zwar eine gewisse Fertigkeit, ein gewisses Interesse und Engagement, meist aber – und dieser Punkt erscheint im hier zu beleuchtenden Zusammenhang entscheidend – kein außergewöhnliches Talent erfordere.

Felix Stalder: Kultur der Digitalität, Berlin 2019.

5 Gottfried Boehm prägte den Begriff der ikonischen Differenz, wonach eine zunächst nur visuelle Beziehung etwas zeigt. Diese Beziehung kann als bedeutungsvoll behandelt und ihr kann ein logischer Status zuerkannt werden. Dieses Zeigen durch die in der Bildebene liegenden visuellen Beziehungen eröffnet einen

Spielraum mit unüberschaubaren Möglichkeiten, die sich in der ikonischen Potentialität der Faktizität von Form und Farbe zeigen und unter Anwendung der Regeln der Komposition, der Formbildung und damit der gegenseitigen Bezüge auf einen spezifischen Aussagegehalt verengt werden können. Was im Allgemeinen als Grenzlinie oder Kontrast zwischen Grenzen beschrieben wird, heißt in der Sprache kunsthistorischer Analyse u. a. die Simultaneität des Farbaufbaus, die Struktur der literarisch inkorporierten Geschichte, Perspektive, Hell-Dunkel, Komposition, etc. So macht die Bildlichkeit weder Dinge noch fortlaufende Signifikanten, sondern ein Gefüge von diskreten Elementen vor einem Bildgrund sichtbar, das erst durch den Akt des Bildsehens realisiert wird. Der Bildsinn ist das Resultat einer optischen Simultaneität, die jeweils unterschiedene und aufeinander bezogene Elemente innerhalb dieses Gefüges zur Anschauung bringt. So weist Boehm dezidiert darauf hin, dass ein Bild nicht aus einer Summe von Teilen (etwa Zeichen) bestehe, sondern sich als offenes Feld von Beziehungen und Kontrasten in den Grenzen des Bildraums konstituiere.

Boehm, Gottfried: Glossar. Grundbegriffe des Bildes. Ikonische Differenz, in: Der Anfang. Aporien der Bildkritik (Rheinsprung 11. Zeitschrift für Bildkritik, Nr. 1), Basel 2011, S. 170-176.

Ders.: Unbestimmtheit. Zur Logik des Bildes [2006], in: Ders.: Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens, Berlin 2007, S. 199-212.

Ders.: Zu einer Hermeneutik des Bildes, in: Seminar: Die Hermeneutik und die Wissenschaften, hg. v. Hans-Georg Gadamer u. Gottfried Boehm, Frankfurt am Main 1978, S. 444-471.

6 Als grundlegende Voraussetzung der Sozialität bestimmt Emmanuel Lévinas die Aufforderung zur Selbstbefragung, um die anderen, das absolut Andere überhaupt empfangen zu können. So deutet Lévinas das Ich-Sein als eine Verantwortung gegenüber dem anderen, der man sich nicht entziehen könne, weil die Einzigkeit des Ich gleichermaßen bedeute, dass niemand an seiner Stelle antworten könne. Indem man die Ankunft des anderen zulässt, wird die Ich-Bezogenheit des ego cogito, des denkenden Ich und mit ihm die Intentionalität umgestürzt. Damit richtet sich Lévinas gegen Edmund Husserl, dem die Welt und die in ihr interagierenden Menschen als Erfahrungsgegebenheiten und Seinsphänomene vermöge der sinnlichen Wahrnehmung des sich selbst bewussten Ich gelten. Dem Urteil »Ich bin« entsprechende, so Husserls, das Urteil der inneren (= adäquaten) Wahrnehmung ungezählter Urteile der Form »ich nehme dies oder jenes wahr«, es ist mir gegeben und gleichermaßen schon vom Ich selbst erfasst als das, was es ist, um sodann vom denkenden Ich durch cogitationes, durch die Vollzüge des Bewusstseins für sich selbst erdacht, beurteilt, bewertet und begehrt zu werden. Lévinas reagiert auf Husserl mit dem Einwand, dass zwischen dem Bedeuteten und der Bedeutung keine Korrelation, sondern eine eigentliche Unrichtigkeit liege. Den anderen und dem anderen zu begegnen, setze voraus sie zuzulassen, wie sie sind. Denn bevor sie uns begegnen, ist unmöglich zu sagen, als was sie uns begegnen werden.

Emmanuel Lévinas: Die Spur des Anderen [1963], in: Ders.: Die Spur des Anderen. Untersuchungen zur Phänomenologie und Sozialphilosophie, hg. v. Wolfgang Nikolaus Krewani, Freiburg im Breisgau 1992.

Edmund Husserl: Cartesianische Meditationen. Eine Einleitung in die Phänomenologie [1931], hg. v. Elisabeth Ströker, Hamburg 1995.

Ders.: Logische Untersuchungen [1900], Hamburg 2009.

7 Eine systematische Einführung, die nicht nur die Beweggründe der Partizipativen Forschung, sondern auch die groben Strömungen partizipativer Forschungsansätze (Action Research, Praxisforschung, Community-basierte Ansätze usw.), eine Klassifizierung zentraler Komponenten der Forschungszugänge (Be-

teiligungsformen, Empowerment und Performanz der Forschung), sowie idealtypischen Schritte im partizipativen Forschungsprozess aufführt, findet sich bei: Hella von Unger: Partizipative Forschung. Einführung in die Forschungspraxis, Wiesbaden 2014. Darüber hinaus behandeln Bergold & Thomas weitreichendere Fragen zu demokratietheoretischen Zusammenhängen und stoßen eine Diskussion alternativer Gütekriterien für wissenschaftliche Forschung im Kontext partizipativer Forschung an. Jarg Bergold und Stefan Thomas: Partizipative Forschungsmethoden: Ein methodischer Ansatz in Bewegung. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum Qualitative Social Research, 13(1), Berlin 2012.

8 Im Anschluss an Lévinas plädiert Dieter Mersch dafür, nicht das Unlesbare und Ungegenständliche dem Lesbaren und Verständlichen entgegenzustellen, sondern die Erfahrung der Differenz in ihrer permanenten Präsenz anzuerkennen. Die Differenz ist in der Begegnung mit den anderen, die nicht ich sind, niemals auszuhebeln. Dann heißt die anderen und das Andere wirklich zu verstehen, sich angehen und ansprechen zu lassen und sich ihrem Anspruch zu fügen. Dies bedeutet ebenso das Verstehen von einem Unbestimmten wie Unbestimmbaren her auf sich zukommen zu lassen. Denn solch Unbestimmtes und Unbestimmbares kommt von einer Präsenz her, die sich aufdrängt und sich der Artikulation einer zuvor bestimmten Bedeutung entzieht. In Konsequenz fordert Mersch eine »Wendung des Bezugs«. Der Bezug müsse seinen Ausgangspunkt im anderen finden, um sich zuallererst in ein Verhältnis setzen zu lassen, das ihn primär zu einem sich Wendenlassen macht.

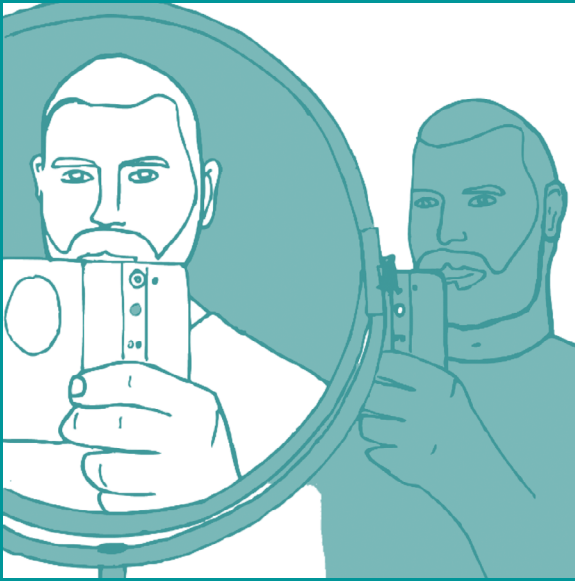
Exemplarisch Dieter Mersch: Nichtverstehen. Zu einem zentralen ‚posthermeneutischen‘ Motiv, in: Erzeugen und Nachvollziehen von Sinn. Rationale, performative und mimetische Verstehensbegriffe in den Kulturwissenschaften, hg. v. Markus Jüngling und Martin Zenck, München 2011, S. 59-72.

9 Jede Handlung setzt erst etwas in Bewegung. Vom natürlichen Umstand, dass jeder Mensch mit dem Moment seiner Geburt als Neuankömmling auf die Welt kam und mit seinem Erscheinen einen Anfang gesetzt habe, leitet Hannah Arendt seine Möglichkeit ab, die Initiative zu ergreifen, ein Anfänger zu werden und Neues in Bewegung zu setzen.

Hannah Arendt: Vita activa oder Vom tätigen Leben [1960], hg. v. Thomas Meyer, München 2020.

Ausgewählte Forschungsimpulse

2018-2021



- >> Wählen Sie den letzten Beitrag (z.B. ein Foto, einen Kommentar oder ein Video) aus Sozialen Medien aus, den Sie erstellt haben und der etwas über Sie aussagt. Beschreiben Sie die Situation, in der Sie den Beitrag erstellt haben.

Beschreiben Sie außerdem, welche technischen Mittel (Handy, Computer, Webseiten, Apps etc.) Sie benutzt haben und in welchem sozialen Kontext der Beitrag entstanden ist. Wo ist der Beitrag entstanden und an wen richtet er sich?

Wie ein ›gewöhnliches‹ Posting entsteht.

HINTERGRUND

Soziale Medien bieten vielfältige Möglichkeiten, sich selbst auszudrücken. Für viele Menschen ist dies zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Die vielfältigen technischen und sozialen Zusammenhänge sind uns häufig nicht mehr bewusst, wenn wir Soziale Medien im Alltag nutzen.

Im Alltag geraten Vorgänge und Handlungen, mit denen wir uns häufig beschäftigen, schnell aus dem Blick. Die Nutzung von Sozialen Medien ist für uns selbstverständlich geworden. Wir haben uns oftmals so sehr an die Technik und ihre Möglichkeiten gewöhnt, dass wir sie erst wieder bemerken, wenn etwas Unvorhergesehenes mit der Technik geschieht oder wir uns bewusst mit ihr auseinandersetzen. Gleichzeitig ist die Art und Weise, wie wir soziale Medien nutzen sehr stark von unseren eigenen Interessen und Erfahrungen abhängig.

ANMERKUNG

Im Mittelpunkt dieser Aufgabe sollte ein ausgewählter Beitrag stehen. Wenn Personen auf dem Beitrag erkennbar sind oder benannt werden, sollten diese unkenntlich gemacht (anonymisiert) werden.

SOZIALE MEDIEN FÜR ALLE!

Eine aktuelle Studie ergab, dass sich ein Drittel der Deutschen ein Leben ohne Social Media nicht mehr vorstellen kann. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist es sogar fast die Hälfte. Soziale Netzwerke sind dabei längst kein Jugendphänomen mehr, sondern werden von allen Generationen genutzt. Trotzdem schenken wir den Prozessen, die hinter der regelmäßigen Nutzung von Sozialen Netzwerken stehen, kaum Aufmerksamkeit.

WELCOME TO THE MACHINE!

Die Nutzung von Sozialen Medien ist mittlerweile zu einer kulturell erlernten Verhaltensweise geworden, die uns jedoch zunehmend natürlich erscheint und Mensch-Maschine-Interaktionen als Teil unseres Alltags etabliert.

DAS BIN ICH! UND DAS! UND DAS AUCH!

Was für den einen »ganz normal« ist, muss nicht auf den anderen zutreffen. In unserem plural angelegten Nutzungsverhalten kristallisieren sich Artikulationen fluider Subjekte heraus. Versatzstücke einer ganzheitlichen, beweglichen Persönlichkeit werden so für andere sichtbar.

Ich backe mir einen Post

Autor*in: Isa

VORÜBERLEGUNGEN

Mir war relativ schnell klar, dass ich ein Bild von etwas selbst Gebackenem oder Gekochtem auf Instagram posten möchte. Den Grund hierfür sehe ich – zunächst ganz banal – darin, dass ich sowohl gerne koche, als auch gerne backe. In diesem Sinne ist die Produktion, bzw. die kreative Auseinandersetzung mit Nahrungsmitteln wohl Teil dessen, was ich als meine individuellen Eigenschaften ansehe. Gehe ich einen Schritt weiter, lässt sich diese erste Post-Idee auch damit verbinden, wie ich mich selbst sehe ... aber auch damit, wie ich mir wünsche, dass andere mich wahrnehmen. WIE ich genau wahrgenommen werden möchte, ist eine Frage, deren Beantwortung mir schwer fällt. Auf der einen Seite möchte ich nicht so wirken, als ob ich den Post inszeniert hätte (was ich in Wahrheit ja tue). Auf der anderen Seite weiß ich, dass ich meinen gesamten Koch-, bzw. Backvorgang nun der ästhetischen Präsentation des Endprodukts unterordnen muss. Muss? ... Ja, ich habe das Gefühl, dass ich das »muss«, denn ich möchte als die kreative Kuchen-Produzentin gesehen werden, als die ich mich selbst wahrnehme. Es lässt sich hier demnach festhalten, dass ich mich in einem Zwiespalt bewege, der sich zwischen dem Wunsch, die eigene Individualität auszudrücken, und dem »Zwang«, dies nur über eine ästhetisch ansprechende Inszenierung erreichen zu können, befindet, welche ich wiederum nicht als Teil meiner Identität betrachten würde.

Richte ich den Blick weg von mir, hin zu dem sozialen Kontext, in dem ich mich in den sozialen Medien bewege, wird mir einiges klar. Während ich zwar vor allem engeren Freunden und Bekannten folge, lassen sich daneben zwei Gruppen von Produzierenden identifizieren, deren Inhalte mich interessieren: 1. Sport/Fitness Influencer (im weiteren Sinne) und 2. (mehrheitlich vegane)

Koch- und Backplattformen. Da es mir unangenehm ist, Bilder von mir selbst im Internet zu posten, habe ich (tatsächlich zunächst unbewusst) Bezug auf die zweite Gruppe, also die »Food-Blogger«, genommen. Meine Vorstellung eines fertigen Posts ähnelt – in der aktuellen Planungsphase – gedanklich den bekannten (ästhetischen) Präsentationsformen, die ich auf sozialen Medien bereits verinnerlicht habe. Auf der »Meta-Ebene« stelle ich hier fest, dass mein Selbstbild des reinen Social Media-«Konsumenten« hier gehörig wackelt.

Nachtrag...

Schließlich entscheide ich mich für das Backen eines Hefezopfes. Das habe ich schon oft gemacht - ich minimiere also die Gefahr, den ganzen Prozess wiederholen zu müssen - und der Zopf ist optisch sehr ansprechend - damit gebe ich meinem Wunsch nach ästhetischer Darstellung nach.

RÜCKBLICK AUF DIE PRODUKTION

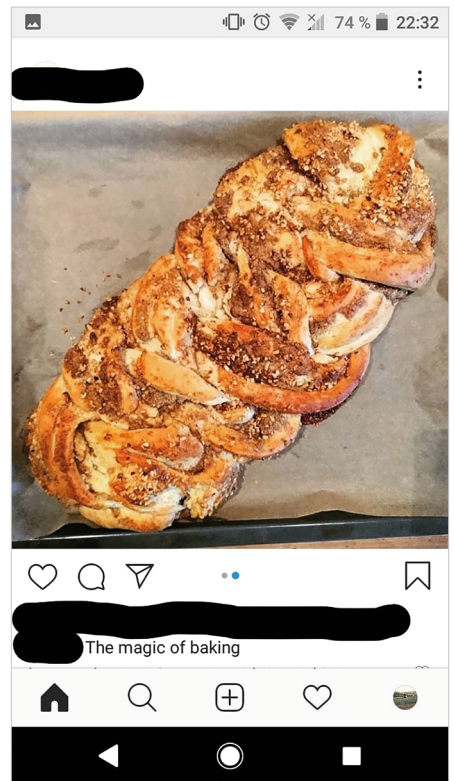
Unter normalen Umständen messe ich Zutaten selten ab. Stattdessen benutze ich eine Schüssel, die ich dann nach Augenmaß befülle. In dem - oben bereits geschilderten - Kontext erschien es mir nun nötig, alle Zutaten gleichzeitig zu präsentieren. Die Alternative, alle Arbeitsschritte einzeln zu fotografieren, erschien mir optisch nicht ansprechend. Hier habe ich mich anschließend selbst dabei beobachten können, möglichst viele bunte und unterschiedliche Schälchen/Tassen zu arrangieren, um die Präsentation der einzelnen Zutaten zu »optimieren«.

Dieser Produktionsprozess des ersten Fotos machte mir zwar Spaß, mir wurde gleichzeitig aber auch klar, dass der Grund, dass ich so selten etwas poste, zu Teilen darin liegt, dass ich nur ein

From this...



...to this



Quelle: Instagram: Isa (Privater Account der Teilnehmer*in des Onlinelabors): The Magic of Baking (ohne weitere Angaben), Screenshot: Isa (aufgenommen 2020).

Foto hochladen möchte, das ich wirklich ästhetisch ansprechend finde.

Da mir die Fotos (die ich auf einem Stuhl stehend aus der Vogelperspektive aufgenommen habe) in ihrem Originalzustand nicht gefielen, legte ich einen Filter über die Aufnahmen und verstärkte die Kontraste.

Dass ich die Originalbilder für ästhetisch nicht ausreichend hielt, führe ich auf folgendes zurück:

- Das gesamte »sinnliche« Erleben, das mit dem Backen einhergeht (fühlen, riechen, schmecken, etc.) ist auf einem einfachen Foto schwer abzubilden.
- Ich wünschte mir, dass sowohl Zutaten, als auch fertiges Produkt, möglichst so aussahen, wie ich sie (ohne Kamera) wahrnahm. Ohne Filter gelang es mir nicht, dieses Ziel zu erreichen.
- Obwohl ich nicht bewusst auf konkrete bekannte Bilder (z.B. von Food-Bloggern) Bezug nehmen wollte, kann ich mir doch vorstellen, dass die Farben, die meine ursprünglichen Fotos zeigten, für meine (über social-media geschulte) »Wahrnehmungsbrille« zu blass waren. Es ging in dem Moment sicher nicht mehr darum, wie das fertige Backwerk schmeckte, sondern darum »wie es aussah, dass es schmecken würde«. Spannend.

Kein Regen in Frankfurt

Autor: TienErr

Ich habe zunächst überlegen müssen, welches Beispiel ich hier präsentieren könnte, da ich auf Plattformen wie Instagram, Facebook oder Twitter so gut wie nie etwas poste – übrigens im Gegensatz zu Myspace- und Studi-VZ-Zeiten, damals habe ich noch sehr viel aktiver gepostet. Ich teile allerdings oft Inhalte aus sozialen Medien wie Posts, Links, Videos etc. bei Telegram und anderen Messengern, und kommentiere diese auch direkt, entweder per Text, mit Emojis, Gifs oder Memes. Und: ich teile tatsächlich oft selbst geschossene Fotos. Ich habe dieses Beispiel gewählt, da es sich auf den ersten Blick um einen gewöhnlichen Schnappschuss handelt, den ich unterwegs mit meinem Smartphone aufgenommen und per Discord geteilt habe.

KONTEXT ZUR ENTSTEHUNG DES BILDES

Ich habe mich zum ersten Mal nach zwei Monaten der Corona-Kontaktbeschränkungen wieder mit einer Freundin in einem Park getroffen. Auf dem Heimweg schrieb mir ein Freund, der in einem anderen Bundesland wohnt, und fragte ob es bei uns in Frankfurt geregnet hätte. Wir hatten uns ein paar Tage im Vorfeld noch über die Dürre und den für die nächsten Tage angekündigten Regen unterhalten. Ich antwortete ihm kurz und nahm daraufhin auf dem Weg zwischen Park und Wohnung ein Foto auf, um ihm einen Eindruck vom Wetter vor Ort zu geben.

WARUM HABE ICH DAS MOTIV GEWÄHLT?

Habe ich das Foto wirklich »nur« gemacht, um die Situation vor Ort zu teilen? Um einfach nur einen Eindruck vom Wetter zu vermitteln, hätte ich auch an jeder anderen Stelle des Weges ein Foto vom Himmel machen können. Ich habe aber diese Kreuzung gewählt, an genau dieser Stelle kurz meinen Heimweg unterbrochen und angehalten.



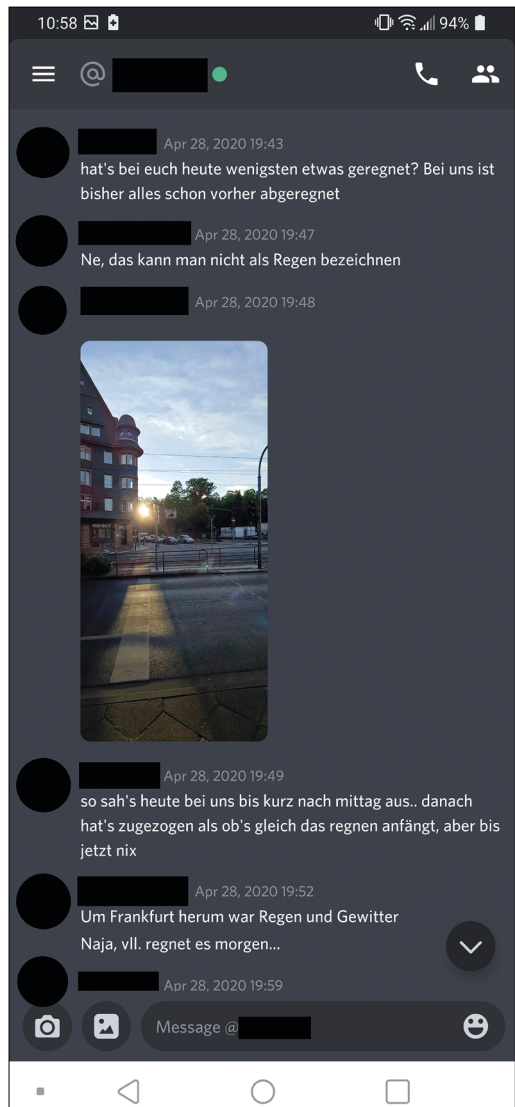
Quelle: Telegram: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors): [Kein Regen in Frankfurt] (ohne weitere Angaben), Screenshot: TienErr (aufgenommen 2020).

Ich kann ehrlich gesagt nicht genau begründen, warum ich hier gehalten habe, ich kann im Folgenden nur Vermutungen aufstellen. Es könnte die Komposition von Bäumen, dem gründerzeitlichen Gebäude, der Kreuzung sowie der Sonne sein, die so tief steht, dass sie genau durch die Lücke zwischen Gebäude, Bäumen und der Ampel strahlt und somit eine bestimmte Atmosphäre schafft. Es wäre spannend zu erfahren, wie das Foto vom Empfänger aufgenommen wurde, der mein Foto zwar kommentiert, aber sonst keine Gefühlsreaktion zeigt.

Da die erste Aufnahme manchmal etwas verrücktelt oder das Bild unscharf wird, habe ich mir angewöhnt, oft zwei oder mehrere Bilder zu machen. In diesem Fall habe ich ebenfalls zwei Fotos gemacht. Das Bild habe ich anschließend vor Ort unbearbeitet und ungeschnitten geteilt. Obwohl ich das Foto nicht bearbeitet habe, weist es doch einige Merkmale – Ästhetik, Perspektive, Wahl des Motivs – auf, die ich oft bei Instagram-Bildern sehe.

WIE STELLE ICH MICH SELBST DAR?

Obwohl ich nicht selbst in dem Foto zu sehen bin, vermittel ich trotzdem ein bestimmtes Bild von mir, in dem ich mich selbst als urban, aktiv, emotional und romantisch beschreiben würde. Gleichzeitig präsentiere ich einen Raum, der wie ein stiller Ort inmitten einer Großstadt wirkt, obwohl das Foto an einer großen, stark befahrenen Hauptstraße aufgenommen wurde. Ich würde dieses Bild tatsächlich so auf Telegram, Twitter oder Facebook als Anzeigebild oder bei letzteren als Banner/Titelbild verwenden, da ich nur selten Fotos teile oder poste, auf denen ich selbst zu sehen bin.



Quelle: Telegram: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors): [Kein Regen in Frankfurt] (ohne weitere Angaben), Screenshot: TienErr (aufgenommen 2020).

Urlaub digital

Autor*in: Nordlicht

NUTZUNG SOZIALER MEDIEN UND TRENNUNG NACH FUNKTIONSBEREICHEN

Nach einigem Nachdenken habe ich mich für einen Screenshot meines Instagram-Profiles entschieden. Hier bin ich nicht wirklich aktiv, sondern habe eigentlich nur eine Art Urlaubs-Account. Schöne Fotos landen eher hier, da Facebook oder Twitter von mir eher beruflich/politisch genutzt werden und ich die Bereiche trennen möchte.

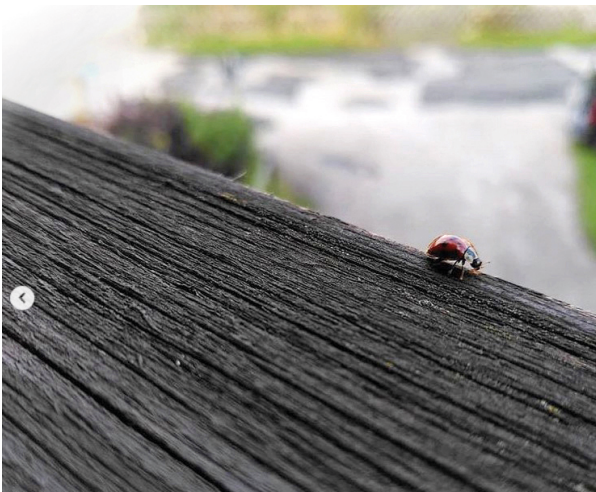
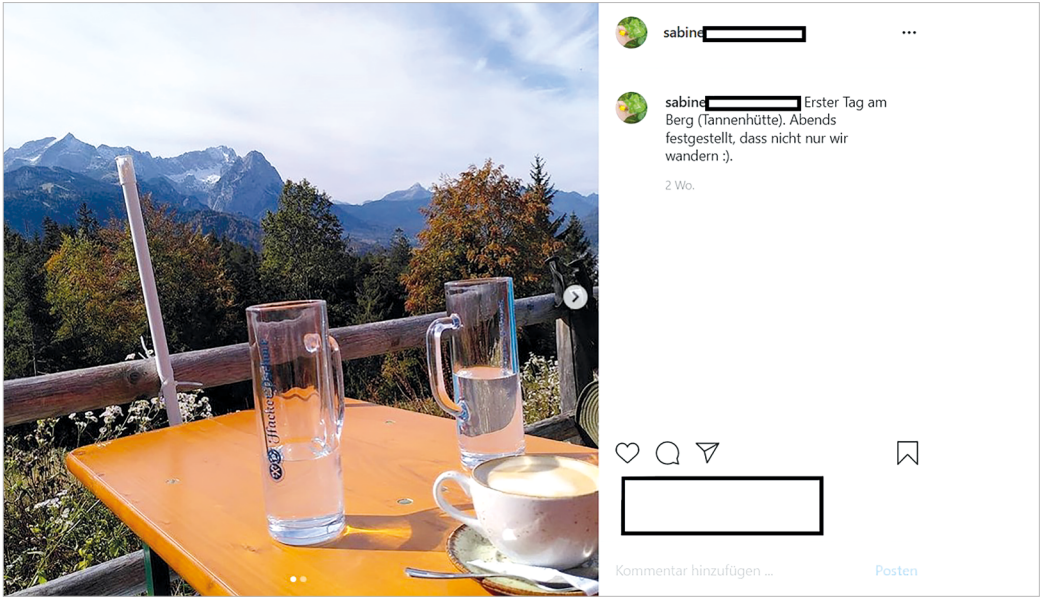
Erstellt habe ich den Account als privaten »Spaß-Account« und merke beim Schreiben, dass das ein absoluter Gegensatz zu Facebook ist. Dort bin ich politisch aktiv, musste gerade im Wahlkampf aktiv sein, sei es durch Videos, Interviews, Sharepics usw. Angelegt habe ich den Account diesen Urlaub, da ich einfach soziale Medien auch mal spontan und ohne Vorüberlegung zu Zielgruppen, Reichweiten, Schlagworten usw. nutzen wollte.

HINTERGRUND ZUM AUSGEWÄHLTEN BEITRAG

Als einen Beispiel-Beitrag lade ich zwei Wander-schnappschüsse aus dem Urlaub hoch. Auf dem ersten Bild sind wir nach anstrengender Wanderung auf einer Hütte angekommen und ich fand die Aussicht so wunderschön und hatte dieses »ich fühle mich so klein«-Gefühl, dass sich in den Bergen beim Wandern gerne einstellt und wollte außerdem dieses Erfolgsgefühl der (wenn auch kleinen) Gipfel-Besteigung teilen. Abends habe ich dann zufällig einen Marienkäfer beim Wandern auf dem Balkon entdeckt und habe mich gefragt, ob es dem wohl ähnlich geht ;). Das Beispiel zeigt schön, dass ich Instagram nutzen möchte, um Freunde oder Familie im Urlaub zwischendurch mal ein virtuelles und vielleicht witziges Lebenszeichen zu schicken. Technische Mittel, die verwendet wurden: Normale Fotoaufnahme mit dem Smartphone, die direkt auf Instagram hochgeladen wurde.

AUSSAGE DES POSTS ÜBER MICH

Der Post und auch das Profilbild zeigen, dass doch mehr Überlegung hinter meinem Profil steckt, als ich eigentlich gedacht hätte. Schon beim Profil habe ich überlegt, dass ich ungerne ein Foto von mir auf Instagram veröffentlichen möchte, ganz beliebig sollte es dann jedoch auch nicht sein. Die auf Facebook derzeit gängigen Avatare finde ich persönlich absolut nicht ansprechend und habe überlegt, was Menschen zu mir einfallen würde. Da ich an fast keiner Wiese vorbeigehen kann, ohne vierblättrige Kleeblätter zu finden, würden private Kontakte sofort erkennen, dass der Account wirklich mir gehört. Hier ist mir erst bei der Erstellung dieses Impulses aufgefallen, dass sich diese Entscheidung auch durch meine Posts zieht. Ich beobachte lieber und zeige Eindrücke aus meinem Blickwinkel und bin ungerne vor der Kamera, deswegen habe ich wahrscheinlich auch den wohlverdienten Milchkaffee und das Panorama gewählt und auf Fotos von mir verzichtet.



Quelle: Instagram: Nordlicht (Privater Account der Teilnehmer*in des Onlinelabors): Erster Tag am Berg (Tannenhütte). Abends festgestellt, dass nicht nur wir wandern :) (ohne weitere Angaben), Screenshot: Nordlicht (aufgenommen 2020).

Gibt es das Gewöhnliche?



Wir richten unseren Blick auf unsere Umwelt, nehmen sie in den Blick, denken uns, was wir da sehen, und wenden unseren Blick vom einen ab und anderem zu. Dieses Umherschweifen und Denken bemerken wir gar nicht recht. Es ist doch ganz gewöhnlich zu sehen, wie es ganz gewöhnlich geworden ist, Bilder von demjenigen zu machen, das wir uns näher angeschaut haben, um es mit anderen zu teilen. Wir wollen sie die Welt so sehen lassen, wie wir sie gesehen haben.

Doch sind die Dinge wirklich ganz so einfach? Wir lassen den Blick schweifen, nehmen dies und das in den Blick, wie es an uns vorüberfließt. Und auch mit dem Smartphone in den Händen scheint der Blick auf die Welt noch in Echtzeit über den Screen zu fließen. Wenn aber der Auslöser betätigt und ein Bild gemacht ist, wird dieser Fluss plötzlich gestoppt. Alles, worüber der Blick eben noch hinwegschweifte, soll nun in diesem einen Bild aufgestaut sein. Denn wir wollen es anderen zeigen, in der Hoffnung, sie mögen darin das Gleiche erkennen wie wir. Gewöhnlich glauben wir, die Kamera hielte im Bild fest, was genau so gewesen ist. Dies müsste jedem und jeder anderen doch unmissverständlich sein. Doch unmissverständlich ist es nur, weil die bildbasierten Sozialen Medien – allen voran Instagram – ein bestimmtes Bildrepertoire etabliert haben. So werden wir daran gewöhnt, die Welt in einer bestimmten Art und Weise zu sehen.

Wie wir die Welt tagtäglich in unserem Feed zu sehen bekommen, hat großen Einfluss darauf, was wir in den Blick nehmen, wenn wir uns vom Smartphone ab- und der Welt um uns herum wieder zuwenden. Dann ist das Sehen zwar wieder ein fließendes Hin- und Abwenden des Blicks, doch hat es sich vielleicht verändert. Vielleicht suchen wir nach Ankern, an denen wir den Screen festmachen und das Gesehene in einem instagrammable Ausschnitt reproduzieren können. Vielleicht verpassen wir dann all das Ungewöhnliche, das wir auch hätten in den Blick nehmen können.

- Nick Böhnke

Was ist
wann gewöhnlich?

>> Wie kann man eigentlich am besten beschreiben, was sich in unserem Alltag oftmals unserer Beobachtung entzieht, weil es uns so normal und ›gewöhnlich‹ erscheint? Man könnte versuchen, Brüche und Verschiedenheiten in den Blick zu nehmen (z.B.: »Was poste ich gerne?« vs. »Was würde ich niemals posten?« oder: »Was würde ich in einem Sozialen Medium posten, in einem anderen aber nicht?«) Auf diese Weise lässt sich herausfinden, wieso man sich auf eine Weise ausdrückt und nicht auf eine andere. In der Gegenüberstellung von Beispielen wird deutlich, dass der Kontext stark mitbestimmt, wie ein gewöhnliches Posting entsteht: Es wird zunächst häufig zwischen kommunikativen Kontexten unterschieden, so zum Beispiel zwischen privaten (Chats und Messenger) und öffentlichen (Facebook und Instagram) digitalen Räumen. Dann werden oft Unterschiede in der Rollenwahrnehmung beschrieben, etwa wenn man ein Soziales Medium als Privatperson oder im beruflichen Umfeld benutzt. Zuletzt bilden verschiedene Communities innerhalb Sozialer Medien unterschiedliche Kontexte, in denen jeweils andere Erwartungshorizonte an das kommunikative Verhalten gelten.

Was gewöhnlich ist, scheint also oftmals kaum dem reinen Zufall oder den Präferenzen einzelner Personen zu unterliegen, sondern wird erst vor den geteilten situativen Hintergründen erkennbar, vor denen bestimmte Ausdrucksformen passend oder unangemessen wirken. Vor einer Fitness-Community scheint es legitim, den eigenen Körper abzubilden, während es Food-Blogger*innen vielleicht stärker darum geht, ihre kulinarischen Erzeugnisse oder die entsprechenden Rezepte zu präsentieren.

Wenn wir also der Frage nachgehen, was für uns gewöhnliche Ausdrucksformen in digitalen Medien sind, scheint ein Blick auf die kommunikativen Kontexte (z.B. die Plattform, die Community, die technischen Mittel) lohnenswert. Auf diese Weise können wir dann möglicherweise besser verstehen, mit welchen Erwartungshaltungen unsere Gewohnheiten in Sozialen Medien einhergehen und wie diese durch die Sozialen Medien mitgeprägt werden.

- Christoph Schröder

Alles ganz natürlich?

>> Natürlich, intuitiv, benutzerfreundlich und unaufdringlich sollen die digitalen Technologien sein, die uns den Weg in die Sozialen Medien ebnen. Wenn wir mit unserem Smartphone ein Foto machen oder eine Kurznachricht auf WhatsApp schreiben, soll nicht die Technik, sondern das Bild, der Moment, der Gedanke im Mittelpunkt stehen. Wir drücken virtuelle Tasten, wischen durch die eingegangenen Nachrichten und zoomen mit einer geschickten Geste in das Bild hinein, das gerade jemand mit uns geteilt hat, ohne dabei genau zu wissen, was auf der anderen Seite des Interfaces geschieht. Die Idee, dass sich die Technik als ein unsichtbarer Begleiter in unseren Alltag integriert, ist ein wiederkehrendes Motiv in der Diskussion um Digitalisierung.

Und dennoch erweist sich der alltägliche Umgang mit der Technik alles andere als trivial und reibungslos. In den Beispielen wird vielmehr deutlich, dass sich die technischen Dinge nie ganz in ihrer Funktion auflösen, sondern dass sich die Technik selbst bei einem ›gewöhnlichen Schnapsschuss‹ in vielfältiger Weise einmischt. Egal, ob es um die Ermittlung von Helligkeits-, Farb- und Kontrastwerten, die digitale Bildstabilisation, den Autofokus oder die automatisierte Belichtungssteuerung geht, immer wieder sind wir als Anwender*innen mit der Frage konfrontiert, ob das, was die Technik leistet, unserer Wahrnehmung, unseren Ideen und Vorstellungen entspricht. Und zugleich werden unsere Vorstellungen und Ideen ohne ihre Einmischung nicht Teil dieser Welt.

Der praktische Umgang mit der Technik erschöpft sich insofern nicht im routinierten Gebrauch der verfügbaren Funktionalitäten. Er bedingt vielmehr die Auseinandersetzung mit den technischen Resultaten, die nicht immer unseren Erwartungen entsprechen, sondern uns oftmals auch irritieren und herausfordern. Der Hefezopf, die Straßenecke und der Marienkäfer können hierfür als Beispiele dienen.

- Christoph Richter



- >> Suche und dokumentiere einen Beitrag in Sozialen Medien, der dich in irgendeiner Weise beeinflusst hat.

Beschreibe, inwiefern der Beitrag dein Handeln, deine Gedanken oder auch deine Stimmung verändert hat.

Was an dem Beitrag hat dazu geführt, dass du dich beeinflussen lassen hast?

Heute schon influenced worden?

Soziale Medien sind für viele Menschen zu einer alltäglichen Informationsquelle geworden. Viele der Beiträge sind nicht nur unterhaltsam oder informativ, sondern fordern uns auf, laden uns ein, verführen und inspirieren uns, etwas zu denken, zu tun oder zu fühlen. Beiträgen von unseren Bekannten und Freunden, Influencer*innen, Promis und Werbetreibenden aber auch Journalist*innen, Politiker*innen und Aktivist*innen, kommt insofern auch eine wichtige Orientierungsfunktion zu.

Denn tagtäglich müssen wir uns die Frage stellen, ob uns die Beiträge anderer Personen gefallen, ob wir ihnen gegenüber gleichgültig sind oder uns sogar von ihnen abgrenzen möchten. Umso wichtiger scheint es daher, sich mit der Frage auseinanderzusetzen, welche Einflüsse wir tagtäglich erleben, damit wir uns ihnen gegenüber positionieren können.

WORUM GEHT'S?

In diesem Impuls geht es um die Frage, woran wir uns in Sozialen Medien orientieren und welche Rolle dabei tagtäglich die Beiträge spielen, die uns in Sozialen Medien begegnen. Welche ›Einflüsse‹ suchen wir aktiv? Und welche Inhalte verzeichnen wir als plumpen Beeinflussungsversuch?

Zum einen geht es darum, besser zu verstehen, welche Arten der ›Beeinflussung‹ uns überhaupt bei der Nutzung Sozialer Medien begegnen. Dabei müssen wir erst einmal ausmachen, was dieses Wort für uns jeweils bedeutet: Ist der Tipp eines Freundes oder einer Freundin zu einer neuen Serie schon eine Beeinflussung? Würden wir denselben Tipp als Beeinflussung wahrnehmen, wenn er von einem YouTube-Star kommt?

Und zum anderen geht es darum, die eigene Haltung zu diesem Thema besser zu verstehen: Wo bin ich achtsam, weil ich in Sozialen Medien Schleichwerbung erwarte? Und wo lasse ich mich gerne auf Inhalte ein, weil ich sie gut finde?

WAS STECKT DAHINTER?

Unsere These ist, dass es sich beim ›Influencing‹ um ein komplexes Thema handelt, das in der Öffentlichkeit oft zu kurz gerät. Denn nicht nur ›Influencer‹ ab einer bestimmten Personenreichweite oder Personen, die an dem Verkauf eines Produktes oder an der Überzeugung zu einer Position interessiert sind, üben in Sozialen Medien Einfluss auf andere aus. Die Vielzahl von Beiträgen, die uns alltäglich in Sozialen Medien begegnet, liefert uns auch Orientierung: Sie schaffen Normalität, vor denen Auffälligkeiten sichtbar werden, bieten Anlässe, mit jemandem zu sympathisieren oder sich zu distanzieren und verdeutlichen uns, wie wir zu den Dingen stehen, die wir wahrnehmen.

WORAUF ACHTEN?

Suche nach einem ganz konkreten Beitrag und beschreibe ab diesem ausgewählten Beispiel, wo für Dich eine Beeinflussung bemerkbar wurde. Es spielt dabei keine Rolle, ob es sich beim Beispiel um eine positive, eine negative oder eine neutrale Form der Beeinflussung gehandelt hat.

Influencing - Instagram

Autor*in: Hanna T.



Quelle: Instagram: Pamela Reif (@pamela_rf), 18.04.2020: didn't know my arms could feel like JELLY by using 2 small water bottles [...], Screenshot: Hanna T. (Teilnehmer*in des Onlinelabors), https://www.instagram.com/p/B_INhLiF Taa/ (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

Ich finde diese Aufgabe sehr spannend, denn ich habe immer gedacht »Sowas wird mich niemals beeinflussen. Wie können manche Leute denn diese Produkte kaufen?«... Bis ich dann am Anfang der Quarantäne, so viel wie noch nie auf Instagram war.

Ich folge sehr vielen Influencer(n)*innen und bin daher tagtäglich Werbung, Vermarktung und allgemein Influencing ausgesetzt. Dann stieß ich durch Zufall auf das Profil von »Pamela Reif« und ich war sehr angetan von ihrer Seite. Alles passt zusammen, gut strukturiert und einfach schlichtweg schöne Bilder.

Ich kannte sie zuvor nicht und war daher sehr überrascht von ihrem sehr sportlichen Erscheinungsbild. Dann verbrachte ich einige Zeit auf ihrer Seite und schaute ihre Storys an, in denen redete sie dann davon, dass sie jetzt Workoutpläne erstellt für Home workouts, die dann jeder Zuhause machen kann - damit hat sie quasi wieder direkt auf ihren YouTube-Kanal verwiesen und sich selbst vermarktet.

Für mich, als ein Mensch der noch nie in seinem Leben Sport gemacht hat, war es im ersten Moment witzig und ich habe es gar nicht so richtig ernst genommen. Dann befasste ich mich aber doch ein wenig damit und habe mich nach und nach kritischer mit meinem Körper auseinandergesetzt und mit meiner Ernährung. Und dann kam der Tag an dem »Pamela Reif« es auch bei mir geschafft hat, ich scrolle mal wieder durch Instagram und sehe ihren sportlichen und fitten Körper und ich wollte meinem Körper auch zum ersten Mal etwas Gutes tun....

Nun da sind wir also und ich mache seit 6 Wochen schätzungsweise die Home-Workoutpläne von »Pamela Reif«. Ich würde diese Art von Influencing jetzt zwar nicht als negativ betiteln, da sie die Leute ja nur dazu bewegen will, etwas für sich selbst zu tun. Aber wenn es darum geht, Produkte bis ins äußerste zu loben damit sie jemand kauft, dann halte ich davon nicht so viel.

»Pamela Reif« findet ihr ganz einfach auf Instagram unter ihrem Namen und sie ist auch öffentlich und jeder kann darauf zugreifen.

Heute schon influenced worden? Ja!

Autor*in: Celina Jü

Die wohl meist genutzte Plattform, die ich momentan nutze, ist Instagram. Relativ schnell wurde mir bewusst, wodurch ich mich unterbewusst beeinflussen lasse.

Hierfür ein Beispiel:

Eine Freundin von mir war letzstens Essen. Von diesem veröffentlichte sie einen Post in ihrer Story. Sie markierte das Restaurant, welches ich nicht kannte.

Da ich in meiner Freizeit am liebsten etwas mit Freund*innen unternehme, wurde ich durch diesen Post unterbewusst »geinfluenced«. Sofort suchte ich nach dem Restaurant, schaute, ob dieses eine eigene Socialmedia-Seite führte, ob weitere Bilder oder Videos vorhanden waren und teilte den Beitrag mit anderen Freund*innen.

Klar ersichtlich ist, dass der Post nicht konzipiert wurde, um Werbung zu machen, wie das Influencer*innen auf Instagram oder Facebook tun. Unterbewusst wurde ich beeinflusst und dazu animiert, weitere Personen ebenfalls zu influenzieren.

Meines Erachtens nach werden wir täglich geinfluenced, doch ist uns dies nicht bewusst. Auch resultieren diese aus den Interessen des jeweiligen Individuums und variieren deshalb stark.

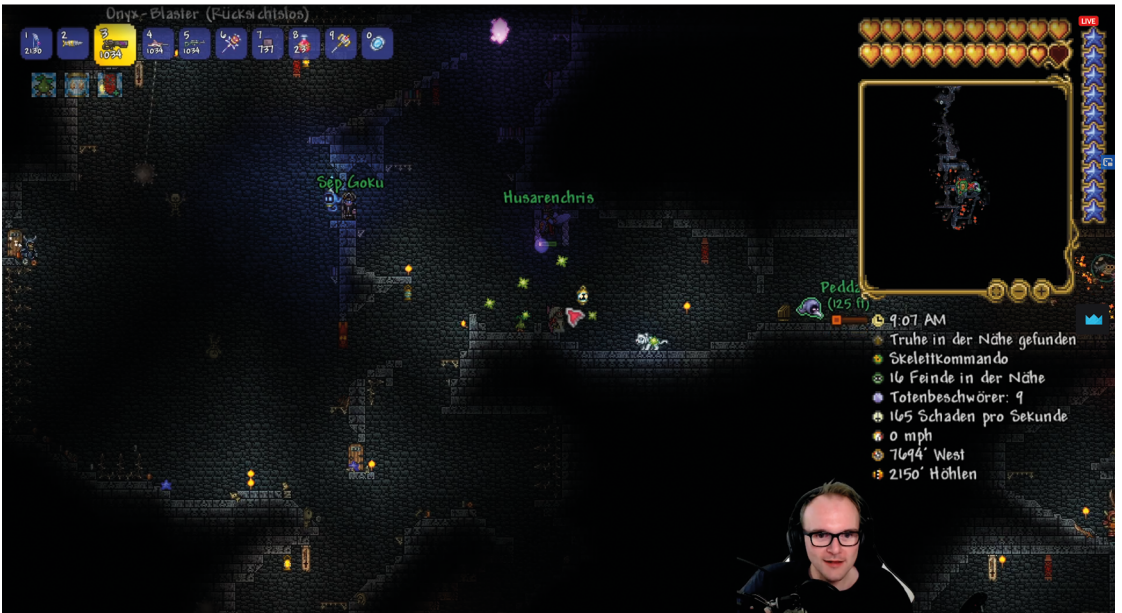
Heute schon influenced worden?

Autor*in: anonym

Ich habe ab und zu mal Streams von Twitch auf meinem zweiten Bildschirm laufen während ich Aufgaben für die Uni bearbeite oder selbst am Pc spiele. Das war auch heute der Fall, als ich mir einen Stream von der Influencergruppe Pietsmiet angeguckt habe. Sie haben das Spiel Terraria gespielt, ein Spiel, welches ich selbst zwar besitze aber zuletzt vor 4 Jahren gespielt habe.

Der Grund für die Streamer das Spiel zu spielen, war ein relativ großes Update, was vor einigen Tagen zu dem Spiel rauskam.

Durch das nebenbei angucken habe ich tatsächlich auch selbst Lust bekommen das Spiel mal wieder zu spielen. Das interessante dabei ist, dass es den Influencern relativ egal sein kann, dass sie diesen Einfluss auf mich hatten. Deren Hauptmotivation ist es, einen unterhaltsamen Stream anzubieten und dabei über die unterschiedlichen Donation-Optionen Geld zu verdienen.



Quelle: Twitch: Pietsmiet, Screenshot: Anonym (Teilnehmer*in des Onlinelabors, <https://www.twitch.tv/pietsmiet> (aufgenommen am 19.05.2020). Alle Rechte vorbehalten.

Wen lassen wir
an uns heran?



Als Menschen sind wir soziale Wesen. Unbewusst suchen wir nach denjenigen anderen Menschen, die uns gerade so ähnlich sind, dass ihr Anderssein uns eine reizvolle Spannung bedeutet. Und diese Spannung findet man schon in der antiken Tragödie kultiviert. Diejenigen, die sich auf der Bühne zeigen, sind uns gerade so ähnlich, dass wir an ihrem Tun Anteil nehmen und uns im eigenen Tun beeinflussen lassen. Dennoch verhindert die Distanz der Beobachterrolle eine allzu starke (emotionale) Bindung.

Die Begegnung auf Social-Media-Plattformen gleicht dieser theatralen Situation: Der eine kann sich nicht zeigen, er würde nichts von sich preisgeben, gäbe es nicht die anderen, die ihn dabei beobachten. In dieser Situation sind beide aufeinander angewiesen, ja in diesem Aufeinander-angewiesen-Sein kommt die Social-Media-Situation überhaupt erst zustande. Ganz entscheidend wirkt sich jedoch ein gewisses Ungleichgewicht aus: Was auch immer demjenigen zustoßen mag, der alles von sich preisgibt, es berührt diejenigen, die ihn beobachten, diejenigen, die Tag für Tag verfolgen, was ihm geschieht, seien es Spaß und Freude oder Wut, Ekel und Trauer, immer nur in ihrer vermittelten Beobachter*innenposition. Mit fortschreitender Dauer ihrer Followerschaft mögen sie sich in den anderen hinein fühlen, an seinem Schicksal emotional Anteil nehmen, doch können sie sich in einem einzigen Augenblick aus der Situation herausnehmen.

Auf beiden Seiten der Screens spielt sich Wirkliches ab. Die Lebenswirklichkeit des einen ist jedoch eine, die der andere nur solange teilt, wie er seinen Blick auf den Screen und den Kanal des anderen richtet. Sich vom anderen angehen zu lassen, influenced zu werden, ist eine Möglichkeit des Einfühlens. Sie besteht aber immer neben der Möglichkeit, die gemeinsame Situation still und heimlich zu verlassen, die Followerschaft ohne weitere Konsequenzen aufzukündigen und den Screen abzuschalten.

- Nick Böhnke

Kann
Influencing
bildsam sein?



Beim Gedanken an Influencer*innen kommen vielen Menschen oft Personen in den Sinn, die innerhalb von Sozialen Medien heimlich Produkte verkaufen wollen. Sicherlich geht es bei diesem Begriff nicht selten um Werbepplatzierungen, die von reichweitenstarken und charismatischen Influencer*innen auf eine vermeintlich authentische Weise aufbereitet werden, sodass die Empfehlung eines Joghurts, einer Creme, eines Videospiele oder eines Restaurants wie der Geheimitipp einer vertrauten Person wirken.

Es finden sich im Alltag aber auch genügend Beispiele, die nahelegen, dass Influencing sich nicht allein auf kalkuliertes Marketing reduzieren lässt: Zum Beispiel lässt sich beobachten, dass Menschen auch von Gedanken, Handlungen und Überzeugungen von Bekannten und Freund*innen ›influenced‹ werden können. Und auch darüber hinaus scheint mehr als ein einseitiger Zusammenhang zwischen der Platzierung eines Produktes und dem Kauf dessen zu bestehen: Ein von außen kommender ›Einfluss‹ kann zum Beispiel dazu führen, dass eine Person ihren Körper mit anderen Augen wahrnimmt und ein neues Verhältnis zu ihrer Gesundheit entwickelt. Das spielhafte Scrollen durch die Beiträge einer Fitness-Influencerin wird so zum Ausgangspunkt eines neuen Selbstverhältnisses, in dem Sport und Ernährung eine zuvor nicht erahnte Rolle spielen.

Ohne eine Irritation oder einen Anstoß, die unsere bisherige Sicht auf uns und die Welt in Frage stellen, ist es kaum denkbar, dass man sich und die Welt neu begreifen und in ihr auf bislang nicht erahnte Weise handeln kann. Influencing ließe sich dann fast als bildsam verstehen, insofern es zur Entstehung neuartiger Selbst- und Weltverhältnisse führen kann, die auch neue Denkweisen ermöglichen. Natürlich lässt sich dabei die Frage stellen, ob die meisten Inhalte von Influencer*innen wirklich so irritierend oder herausfordernd sind, dass sie uns dazu animieren, aus Denk- und Handlungsgewohnheiten auszubrechen und nach neuen Selbst- und Weltverhältnissen zu suchen. Damit zusammenhängend lässt sich ebenfalls in den Blick nehmen, inwiefern wir überhaupt durch algorithmisch vorsortierte Medienwelten auf Dinge stoßen werden, die nicht ohnehin schon unserer Vorstellung entsprechen. Andersherum ließe sich aber auch Fragen: Wie müssten unsere Medienwelten gestaltet sein, damit sie uns kontinuierlich zum Umdenken anregen könnten?

- Christoph Schröder

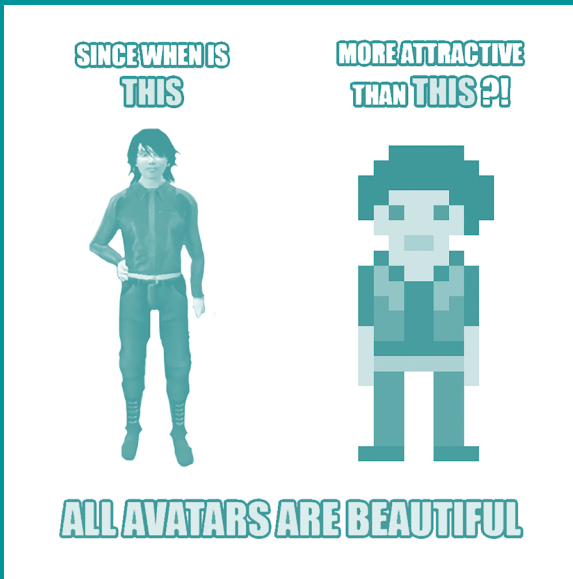
Immer nur Katzenbilder?

>> Egal, ob uns eine Influencerin für Yoga begeistert, eine Freundin uns auf ein Restaurant hinweist oder uns jemand an ein altes Spiel erinnert: Erst wenn ihre Beiträge unser Interesse geweckt haben, können sie auch Einfluss auf uns nehmen. Im Gegensatz zu Situationen, in denen wir gezielt nach Yogaanleitungen, Restaurants oder Spieletipps suchen, wissen wir in den hier beschriebenen Fällen aber offenbar noch gar nicht, dass es etwas gibt, das uns interessieren könnte, bis wir von anderen darauf hingewiesen werden. Während wir auf diesem Wege manchmal einfach an etwas erinnert werden, das wir schon kennen, können sich uns aber auch ganz neue Horizonte eröffnen.

Um über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und auf neue Ideen zu kommen, braucht es wohl oft die Anregung von außen. Woher sollten wir auch sonst erfahren, was es alles gibt, wenn wir es noch nicht kennen? Plattformen wie YouTube, Instagram und Twitch adressieren dieses Problem, indem sie uns immer wieder auf Inhalte, Trends und Themen hinweisen, die uns vielleicht auch gefallen könnten. Während die Plattformen dabei durchaus in ihrem eigenen Interesse handeln und dieses Interesse klar bestimmt zu sein scheint, erweist sich die Aufgabe, herauszufinden, was uns sonst noch so gefallen könnte, alles andere als eindeutig.

Was die Plattformen uns vorschlagen, basiert für gewöhnlich auf unseren bisherigen Interessen, auf den Interessen derer, die uns interessieren und darauf, was sonst noch viele andere interessiert. Ob das, was bisher der Fall ist, auch aktuell oder in Zukunft noch von Interesse ist, lässt sich damit aber nicht sagen. Dies hängt vielmehr auch davon ab, ob wir gewillt sind, mit unseren Gewohnheiten zu brechen und uns auf Fremdes und Irritierendes einzulassen.

- Christoph Richter



- >> Suchen Sie in Sozialen Medien ein Beispiel für eine Person, die Sie selbst attraktiv finden, die Sie aber nicht persönlich kennen.

Versuchen Sie zu erklären, in welcher Hinsicht die Person für Sie attraktiv wirkt.

Attraktivität in Sozialen Medien

Dadurch, dass in Sozialen Medien andere Formen des Ausdrucks und der Darstellung, aber auch andere Formen der Wahrnehmung von anderen Personen möglich sind, verändert sich möglicherweise auch der Zugang zu Fragen nach Attraktivität. Bereichern diese neuen Ausdrucks- und Wahrnehmungsformen die Art, wie wir über Attraktivität denken können, oder vereinheitlicht sich in dieser Hinsicht unser Verständnis dessen, was wir für attraktiv halten?

HINTERGRUND

Neben Freund*innen, Bekannten, der Familie, Kolleg*innen und Personen aus unserem Alltag beteiligen sich in Sozialen Medien auch Unternehmen, Personen des öffentlichen Lebens, Aktivist*innen und Algorithmen relativ unmittelbar an dem, was uns im digitalen Alltag begegnet und im Zuge dessen von anderen als (un-)schön oder (un-)attraktiv bewertet wird. Gleichzeitig ist Attraktivität trotzdem höchst subjektiv und als Kategorie gar nicht so einfach zu fassen: Manchmal können wir selbst schwer unterscheiden, ob wir Attraktivität als körperliche Anziehung, als Inspiration, Interesse oder Faszination wahrnehmen, besonders wenn uns etwas Neues begegnet, das uns auf ›unbeschreibliche‹ Weise anzieht.

ANMERKUNG

Versuchen Sie vor allem zu beschreiben, was Sie persönlich an dem Beispiel attraktiv finden und vermeiden Sie, wenn möglich, verallgemeinerte Beschreibungen von Attraktivität.

Roter Lippenstift

Autor*in: mariposa



Quelle: Instagram: Steffy (@Steffy), 18.03.2018: Mamas night it [Tanzender Emoji] Can't stop wearing these headbands, but oh well! [Shrug-Emoji] #americanstyle #uonyou. Screenshot: mariposa (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/Bf3eqpygnlo/?taken-by=steffy> (aufgenommen am 17.09.2018). Alle Rechte vorbehalten.



Quelle: Instagram: Steffy (@Steffy), 28.03.2018: Just for fun [Regenbogen-Emoji] here's 5 things about me you may not know: 1. My middle name is Fiona! [Stern-Emoji] 2. I went to school for Art & have tons of [...]. Screenshot: mariposa (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/Bg3v03lgTqJ/?taken-by=steffy> (aufgenommen am 17.09.2018). Alle Rechte vorbehalten.

Seit einigen Wochen folge ich dieser Person auf Instagram. Ich erinnere mich nicht mehr, wie ich auf ihr Profil aufmerksam geworden bin, doch ihr Kleidungsstil und ihre positive Ausstrahlung hat meine Aufmerksamkeit auf ihr Profil gezogen. Ihre Bilder sprechen mich vor allem durch ihren Kleidungsstil an und ihr ansteckendes Lächeln. Die positive Energie, die sie ausstrahlt, steckt mich an.

Sie ist attraktiv für mich, weil sie ein gepflegtes Erscheinungsbild hat und ein gutes Gespür für Mode. Ihr Gesicht wirkt sehr freundlich und ihre Frisuren sind oftmals außergewöhnlich. Ihre Attraktivität zeichnet sich außerdem durch ihre oftmals roten Lippen aus. Ein weiteres Merkmal sind ihre langen Haare. Für viele Menschen sind lange Haare ein Merkmal für Attraktivität und ihre Attraktivität wird ebenfalls durch ihre Haare charakterisiert.

Da ich diese Person nicht persönlich kenne, kann ich nichts über ihren Charakter sagen. Da sie aber Bilder aus ihren Familienleben postet, macht die Familiennähe und die »liebevolle Mutter-Seite« ihres Profils sie ebenfalls attraktiv.

Das Mädchen aus Texas

Autor*in: Franskip

ATTRAKTIVITÄT

In sozialen Netzwerken hängt die Entscheidung einer Person zu folgen meist davon ab, ob sie als »attraktiv« oder »unattraktiv« eingeteilt werden. Attraktivität kann sich dabei unterschiedlich darstellen. Oftmals spielen sowohl die »sexuelle Attraktivität« als auch die »Attraktivität der Inhalte« eine Rolle.

Wessen Profil spricht mich also an?

Diese Frage war erstaunlich schwer zu beantworten, da sie sich nicht auf einen einzelnen Beitrag bezieht, sondern auf die Gesamtdarstellung einer konkreten Person. Mir ist aufgefallen, dass ich nach ersten großen Enthusiasmus schnell das Interesse an einem Profil verliere und es nicht mehr aktiv verfolge. Nach einigem Suchen bin ich jedoch auf ein altes Vorbild meinerseits gestoßen: Arden Cho.

WER IST ARDEN CHO?

Arden Cho ist SchauspielerIn, Sängerin und Model- und für mich so viel mehr. Ich kenne sie nicht persönlich und sie gibt nicht viel aus ihrem privaten Leben preis. Im Grunde weiß ich nur folgendes: Sie arbeitet viel, liebt ihren Hund und besitzt eine Leidenschaft für leckeres Essen.

Trotzdem habe ich durch ihre Nutzung sozialer Medien, insbesondere Youtube, das Gefühl, nah an ihrer realen Person zu sein.

PRÄSENZ

Soziale Medien dienen ihr in erster Linie zu beruflichen Zwecken. So veröffentlicht sie auf Instagram hauptsächlich professionelle Fotoshootings, während sie auf Twitter Interviews und Informationen zu ihren derzeitigen Projekten teilt.



Quelle: Instagram: Arden Cho (@arden_cho), 21.05.2018: EunBi has become one of my favorite cross body bags! [...]. Screenshot: Franskip (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/BjC6uy-FlyU/?hl=de> (aufgenommen am 29.08.2018). Alle Rechte vorbehalten.

VIDEOS

»Letter to my Chosens«

ArdenBcho (29.08.2017). Letter to my Chosens [Video]. Abgerufen: 29.08.2018 von <https://www.youtube.com/watch?v=NBQQjDJZmc>.

»Arden Eats«

ArdenBcho (17.03.2017). ARDEN EATS | Episode 5: Zzamong (Los Angeles) [Video]. Abgerufen 29.08.2018, von <https://www.youtube.com/watch?v=a830h19iei0>.

YOUTUBE

Arden vermittelt, im Gegensatz zu ihren übrigen Profilen, bei Youtube ein anderes Bild von sich selbst. Sie erzählt auch in diesem Medium von ihrer Arbeit, spricht aber zugleich offen über ihre Zweifel und Probleme. Ihre Videos und die Ehrlichkeit, die hinter ihnen steckt, lassen sie mich als »nah« empfinden und machen sie zu einem Vorbild für mich. Es können ernste, traurige Inhalte sein (»Letter to my Chosens«) oder lustige (»Arden Eats«)- aus allen entnehme ich eine positive Einstellung zum Leben, die sich auf mich auswirken.

Hier spielen also in erster Linie die Inhalte eine Rolle.

WAS MICH AN IHR REIZT

Ich folge ihrem Instagram-Account bereits mehrere Jahre als sie noch nicht so viele Follower besaß (heute 2.2 Mio.). Damals wie heute finde ich ihre Fotos ästhetisch sehr ansprechend. Die Bilder sind von professionellen Fotografen geschossen wurden, daher ist dies nicht verwunderlich. Aber die Shootings- und die Fotos- zeichnet ein starke Abwechslung aus. Sind es mal klassische Bilder mit wenigen Kontrasten ist das nächste bereits der reine Farbkasten, das von Lebensfreude nur so sprüht. Die Locations ändern sich, die verschiedenen Länder (und Kontinente) werden gekonnt in Szene gesetzt, etc. Dabei steht für mich die Mode oder das Modeln nicht im Vordergrund. Mir geht es darum, mich morgens über neue, ästhetische und technisch anspruchsvolle Fotos freuen zu können, die mich nie langweilen.



Quelle: Instagram: Arden Cho (@arden_cho), 11.06.2018: Ahhhh!!! Really amazing news for AUGUST, can't wait to tell you guys for now I'm screaming inside!!!. Screenshot: Franskip (Teilnehmer*in des Onlinelabors), https://www.instagram.com/p/Bj5WykDFk6l/?taken-by=arden_cho (aufgenommen am 29.08.2018). Alle Rechte vorbehalten.

Attraktivität in Sozialen Medien

Autor*in: Selkie

DAS PROFIL DES FANTASY-AUTORS KAI MEYER AUF INSTAGRAM



Quelle: Instagram: Kai Meyer (@kaimeyerautor): Schreibt Romane, Hörspiele, Drehbücher, Comics. Bitte hier keine Anfragen, sondern an: info@kai-meyer.com [...]. Screenshot: Selkie (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/kaimeyerautor/> (aufgenommen am 17.12.2020). Alle Rechte vorbehalten.

WAS ICH »ATTRAKTIV« FINDE...

Schon als achtjährige hörte ich ein Hörbuch einer von Kai Meyers Geschichten. Wie dieser Mann mit Worten malt, prägt mich bis heute. Fasziniert hat er mich damit schon immer. Als ich anfing Facebook zu nutzen, fügte ich ihn als meinen Freund hinzu (er war da sehr offen für seine Fans), was ich unglaublich sympathisch fand. Später folgte ich ihm auf Instagram.

Was Kai Meyer für mich attraktiv, sympathisch und vor allem faszinierend macht, ist, dass er im Gegensatz zu den meisten Nutzern dieser Plattformen, die etwas bekannter sind, diese wirklich nutzt, um etwas mit seinen Fans zu teilen. Seine

Bilder sind nie unglaublich schön und eben auch nie sehr gestellt. Er teilt Bilder von seiner Hündin #autorenhundheidi, Selfies mit Doppelkinn von seinen Reisen, News zu seinen Büchern, Messen, Lesungen und vor allem viel aus seinem Leben und Schaffen als Autor, was ich wirklich als nahbar und sympathisch empfinde.

Auf den Punkt gebracht, lässt sich festhalten, dass es Kai Meyers Natürlichkeit ist, die mich an ihm fasziniert und die ich sehr attraktiv finde!

LUSTIGES SELFIE AUS KÖLN



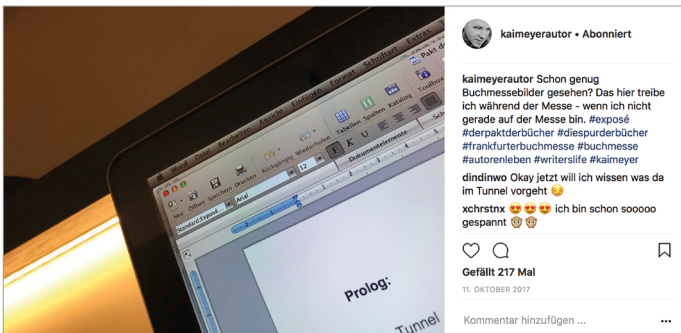
Quelle: Instagram: Kai Meyer (@kaimeyerautor), 12.05.2018): Auf der Role Play Convention in Köln. [...] . Screenshot: Selkie (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/Bir2SI0gKaX/?taken-by=kaimeyerautor> (aufgenommen am 17.12.2020). Alle Rechte vorbehalten.

#AUTORENHUNDHEIDI



Quelle: Instagram: Kai Meyer (@kaimeyerautor), 09.01.2018: #autorenhundheidi war heute zum ersten Mal bei der Physiotherapie. [...] Screenshot: Selkie (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/Bdu6Zp1n1n1/?ta-ken-by=kaimeyerautor> (aufgenommen am 17.12.2020). Alle Rechte vorbehalten.

BÜCHER SCHREIBEN



Quelle: Instagram: Kai Meyer (@kaimeyerautor), 11.10.2017: Schon genug Buchmessebilder gesehen? [...] . Screenshot: Selkie (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/BaHX6HvBZg0/?ta-ken-by=kaimeyerautor> (aufgenommen am 17.12.2020). Alle Rechte vorbehalten.

Warum vertrauen wir?



Manchmal scheint es gar nicht so einfach, in Worte zu fassen, was einem eigentlich gefällt und warum man bestimmten Accounts folgt. Dies mag daran liegen, dass wir unbewusst nach denjenigen anderen suchen, die uns gerade nur so ähnlich sind, dass wir uns in ihnen wiederfinden und dennoch Neues entdecken können. Doch was dieses Neue ist, können wir unmöglich schon wissen, denn sonst wäre es ja nicht vollkommen neu. Deshalb entsteht die Spannung, wenn wir unsere Social-Media-Anwendungen öffnen, um zu schauen, was in der Zeit unserer digitalen Abwesenheit geschehen ist.

Welchen User*innen wir auch folgen, wir folgen ihnen, weil wir ihnen ganz grundsätzlich unser Vertrauen entgegenbringen. Sie strahlen etwas Vertrautes aus, sie sind uns nahe, weshalb wir ihnen auch dann noch über den Weg trauen, wenn sie uns mit dem Neuen noch Unvertrauten vertraut machen möchten. Und wann immer wir unsere Social-Media-Anwendungen öffnen, suchen wir die Begegnung mit diesen uns vertrauten anderen, von denen wir uns bereitwillig ansprechen lassen. Wir fügen uns ihrem Anspruch. Aber auch sie können nicht ohne uns, sodass wir ebenso beeinflussen, was sie als nächstes von sich preisgeben werden. Auf der Basis dieses gegenseitig entgegengebrachten Vertrauens in gegenseitiger Abhängigkeit, hofft der jeweils eine etwas zu zeigen, das der andere auf gerade so ähnliche Weise sieht, dass dennoch der Rest eines überraschend anderen und noch Unvertrauten übrigbleibt.

Jenseits von Selbstoptimierung und Beautytutorials fordert die Frage nach Attraktivität in den Sozialen Medien dazu auf, Anziehung einmal ganz grundsätzlich als ein Entgegenkommen zu betrachten. Wir mögen nach denjenigen anderen suchen, die uns ähnlich sind, doch kommt das andere und Neue letztlich immer aus einer unerwarteten Richtung, die uns in unvertrautes und insofern erst reizvolles Terrain versetzt.

- Nick Böhnke

Was
erwarten wir
von wem?



Wenn anhand der vorliegenden Beiträge auch nicht hinreichend beantwortet werden kann, ob mit der zunehmenden Nutzung Sozialer Medien eine Pluralisierung oder eine Vereinheitlichung unserer Vorstellung von Attraktivität einhergeht, so wird im zugrunde liegenden Forschungsimpuls zumindest aber unterstellt, dass sich mit der täglichen Nutzung Sozialer Medien möglicherweise die Wahrnehmung davon, was an anderen Personen attraktiv ist, verändert hat. Damit wird zumindest angenommen, dass Neigungen und ästhetische Präferenzen nicht losgelöst beschrieben werden können von dem, was uns alltäglich umgibt und was uns gewohnt und vertraut erscheint.

Auch wenn Attraktivität im Forschungsimpuls nicht direkt mit einer körperlichen Anziehung gleichgesetzt wird, lässt sich bei den hier vorliegenden Fällen beobachten, dass alle drei Teilnehmenden sich auf Bildbeiträge auf Instagram (und nicht etwa auf Twitter-Kurztexte) beziehen, bei denen die Abbildungen der als ›attraktiv‹ bewerteten Personen eine nicht zu reduzierende Rolle spielen. Aber es fällt auch ein wesentlicher Unterschied auf, wenn es darum geht, wie die Attraktivität begründet wird: Während die Beispiele von weiblich gelesenen und als attraktiv bewerteten Personen stark auf körperliche Attribute (die langen Haare von Steffi) und die professionelle Bildinszenierung (die als ästhetisch anspruchsvoll wahrgenommenen Bilder von Arden Cho) abzielen, betont Selkie bei dem als männlich gelesenen Kai Meyer, dass dessen Bilder »nie unglaublich schön und eben auch nie sehr gestellt« seien oder dass dieser sich gar in vermeintlich ungünstigen Posen (mit Doppelkinn) präsentiert.

Man kann also die Frage stellen, inwiefern die geteilte Vorstellung von Attraktivität kontextbedingt spezielle Vorstellungen und Erwartungen an die jeweiligen Akteur*innen in Sozialen Medien erzeugt. Für welche Ausdrucksformen und Inszenierungen wird ein/eine Schauspieler*in im Gegensatz zu einem/einer Autor*in von Follower*innen anerkannt und welche Vorstellungen von Schönheit liegen dieser Anerkennung zu Grunde? Und umgekehrt: Wie entstehen durch die alltäglich hergestellten und rezipierten Bilder dieser Personen in Sozialen Medien ähnliche oder neue Vorstellungen davon, was attraktiv sein kann?

- Christoph Schröder

Authentisch oder inszeniert?



In der Diskussion um Soziale Medien taucht immer wieder die Frage auf, ob entsprechende Technologien uns unmittelbar teilhaben lassen am Leben anderer oder ob sie vielmehr zur unbegrenzten und inszenierten Selbstdarstellung einladen.

Ja, Plattformen wie etwa Instagram werben mit dem Versprechen, mit ihrer Hilfe den Menschen und Dingen näher zu kommen, die uns wichtig sind. Sie machen es möglich, die Momente, die uns bewegen, in Form von Fotos und Filmen festzuhalten und mit anderen nahezu in Echtzeit zu teilen. Sie reduzieren die hierfür erforderlichen technischen Kenntnisse auf ein Minimum und stellen keine Ansprüche an unsere fotografischen oder filmerischen Fähigkeiten. Gleichzeitig fordern uns diese Technologien aber auch dazu auf, darüber zu entscheiden, was uns wichtig ist und wie wir das, was uns wichtig ist, darstellen wollen. Unzählige Werkzeuge, Tutorials und Blogbeiträge halten uns an, darüber nachzudenken, wie wir unsere Aussagen unterstreichen und unsere Beiträge noch interessanter gestalten könnten.

Die Beiträge zur ›Attraktivität in Sozialen Medien‹ deuten darauf hin, dass die Unterscheidung zwischen Authentizität und Inszenierung möglicherweise doch nicht so einfach ist, wie es den Anschein haben mag. Selbst wenn der inszenierte Charakter der Darstellungen offensichtlich ist, scheint dies kein Hinderungsgrund dafür zu sein, sich der entsprechenden Person nah zu fühlen oder sich von ihrer positiven Energie anstecken zu lassen. Ist es möglich, dass wir das technische Spiel schon durchschaut haben, dass uns eigentlich schon klar ist, dass in Sozialen Medien auch Authentizität inszeniert werden muss und eine Inszenierung durchaus authentisch sein kann? Dann wären es weniger die Technologien, die darüber entscheiden, was wir voneinander erfahren, als vielmehr unsere gemeinsamen Erwartungen daran, wie wir uns darstellen und was wir von uns zeigen.

- Christoph Richter



>> Suchen Sie für die drei nachfolgenden Kategorien jeweils einen Beitrag aus Sozialen Medien, der für Sie diese Kategorie am besten repräsentiert:

- A) Aktuelle/zeitgemäße Formen des visuellen Ausdrucks in Sozialen Medien (Pop)
- B) Formen des visuellen Ausdrucks, die Sie persönlich ansprechen/faszinieren/berühren (Poetry)
- C) Unangemessene/belanglose Formen des visuellen Ausdrucks in Sozialen Medien (Crap)

Erläutern Sie jeweils kurz die Zuordnung der Beiträge zur jeweiligen Kategorie.

ANMERKUNG

Die Wahl der Social-Media-Plattform ist Ihnen freigestellt.

Pop, Poetry or Crap?

Digitale Kameras und Onlineplattformen haben die Herstellung und Verbreitung von Fotografien und anderen visuellen Darstellungen tiefgreifend verändert und neue Formen der Artikulation hervorgebracht. Die sich in Sozialen Medien entwickelnden visuellen Ausdrucksformen sind dabei nicht allein Resultat technischer Innovationen, sondern sind immer auch kulturell vermittelt. Die Frage danach, was zu einem bestimmten Zeitpunkt Pop, Poetry, oder Crap ist, lässt sich in einer digitalen Kultur nicht mehr eindeutig beantworten, da jeder von uns immer schon in das Maschenwerk aus Artikulationen, Kontextualisierungen und Sinnebenen verwickelt ist.

HINTERGRUND

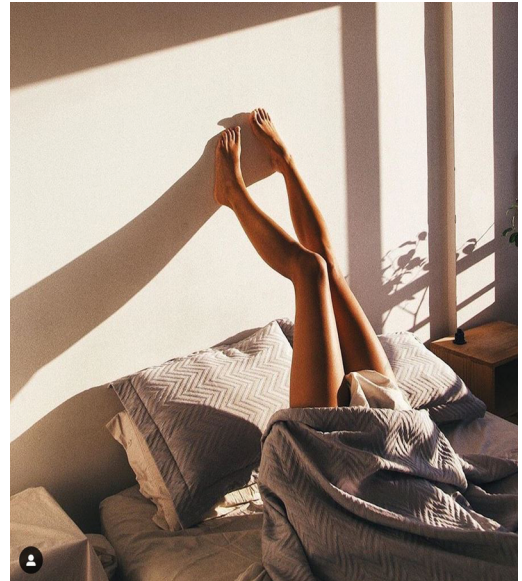
Mit der zunehmenden Verfügbarkeit digitaler Kameras und der Möglichkeit, das jeweilige Bildmaterial über Onlineplattformen zu verbreiten und mit anderen zu teilen, sind die Sozialen Medien auch zu einem Ort geworden, an dem visuelle Ausdrucksformen auch immer sozial und kulturell verhandelt werden. Im Wechselspiel aus Posten, Suchen, Scrollen, Betrachten, Liken und Kommentieren etablieren sich spezifische Artikulationsformen, Kontextualisierungen und Sinnebenen, die das weitere Handeln der Akteur*innen, ihre Entscheidungen darüber, was und wie sie etwas zeigen, beeinflussen und somit kulturell prägen. Gerade die Entwicklung und Verbreitung digitaler Medien befördert dabei den ständigen Austausch mit einer enormen Vielzahl an kulturellen Formen und Mustern, die sich dynamisch weiterentwickeln und auch immer wieder miteinander verschränken.¹

¹ Quelle: Welsch, W. (2017). Transkulturalität. Realität – Geschichte – Aufgabe. Wien: new academic press.

Pop, Poetry, Crap

Autor*in: Sommer

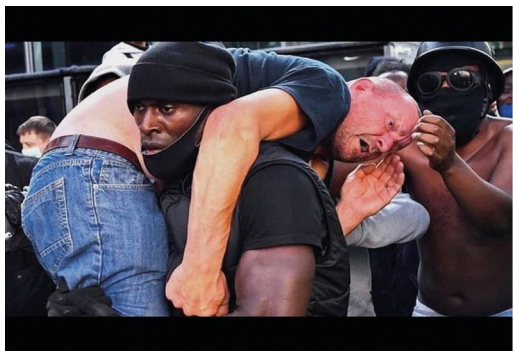
POP



Quelle: Instagram: Sézane (@sezane), 23.06.2020: Let the sunshine in [...]. Screenshot: Sommer (Teilnehmer*in des Online-labors), <https://www.instagram.com/p/CBxH5tDA0nA/Sommer> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Bild steht für mich für eine besondere Kategorie von Bildern, die ich insbesondere Instagram zuordne. Eine inszenierte und dadurch erzwungene »Natürlichkeit« und »Spontaneität«. Vielleicht sollen die Bilder dadurch »echter« wirken? (Gerade Instagram sah sich ja diesbezüglich immer wieder der Kritik ausgesetzt). Auch der »gemutete« Filter steht für mich für den Versuch, Dinge künstlich unaufgeregter und unaufdringlicher wirken zu lassen (bspw. im Gegensatz zu aggressiver Werbung, die man mit kräftigen Farben verbindet).

POETRY



Quelle: Twitter: Solo Monk (@JJKALE2), 15.06.2020: LONDON: #BlackLivesMatter supporter Patrick Hutchinson, carries counter-protester to safety. Foto: Dylan Martinez/Reuters. Antwort auf Twitter. Screenshot: Sommer (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://twitter.com/JJKALE2/status/1272359159401377793> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

Hier fiel es mir sehr schwer mich zwischen Bildern zu entscheiden. Alle hatten jedoch mit der #BLM Bewegung zu tun, die mich auf vielen Ebenen fasziniert/berührt etc. Dieses Bild hat mich fasziniert, da es für mich »Stärke« demonstriert – nicht nur auf die Oberarme der im Vordergrund stehenden Person bezogen, sondern auch bezogen auf die fast schon kitschige aber dennoch symbolische Geschichte dahinter. Für mich persönlich wirft es auch Fragen über die Grenzen von Hass und Möglichkeiten der Überwindung von Hass auf. Das Bild löst also viele Fragen und Denkprozesse in mir aus.

Die Geschichte: #BLM Demonstrant*innen standen #ALM Demonstrant*innen in London gegenüber. Im #ALM Lager befanden sich auch sog. »Statuenbeschützer*innen«. Es kam zum Eklat zwischen den beiden Demonstrationen. Der Weiße Mann auf dem Bild wurde körperlich angegriffen, fiel zu Boden und war dementsprechend in Gefahr. Ein Schwarzer Aktivist sowie weitere drei Begleiter wurden auf die Situation aufmerksam, hoben ihn vom Boden auf und trugen ihn an den Rand/in Sicherheit.

CRAP



Quelle: Instagram: Anna – Flatlay Photographer (@anelie.lavie), 30.09.2020: flatlay.journal. Авторр @ania.er Фотографию выбрала для вас. Screenshot: Sommer (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/CFwWGzhgZop/> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

Sog. Flatlays sind für mich der Gipfel der Belanglosigkeit. Auch weil darauf einfach nur Dinge zu sehen sind. Dinge die farblich harmonisieren und nach bestimmten Regeln arrangiert werden (ja, es gibt flatlay Ratgeber). Aber für mich sind diese Bilder einfach nur »leer«. Ich kann ihnen NICHTS entnehmen, außer der Frage »WARUM?«.

Hunde, Schafe und Kinder

Autor*in: Isa

POP

Eine aktuelle Form des (kreativen) visuellen Ausdruck sind Memes. Das derzeit populäre »swoledodge« oder »swoledodge vs cheems« Meme (wenn ich den Namen bloß eindeutig feststellen könnte) ist mir bereits auf verschiedenen Plattformen (Youtube, Twitter, Instagram) begegnet. Ich habe es deshalb für die Kategorie »Pop« ausgewählt, weil es meinem Empfinden nach gut illustriert, wie ein weiterer Diskurs schnell »auf den Punkt gebracht« werden kann und damit kreativ die wenigen vorhanden visuellen Elemente produktiv genutzt werden können. Es entsteht also aus dem grundsätzlichen Vergleich, den das Meme vorgibt - früher vs. heute - eine neue inhaltliche Komponente, die sich auf unzählige Themen und Adressaten übertragen lassen.

HUNDE ...



Quelle: Instagram: SwoleDoge vs. Cheems (@swolodgevs.cheems), 22.06.2020: Boomers Then vs Boomers Now. Screenshot: Isa (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/CBv2jr-FGXr/> (aufgenommen am 03.02.2021). Alle Rechte vorbehalten.

POETRY

Dem Instagrammer, der dieses Foto gepostet hat, folge ich, seit ich der entsprechenden Schafherde vor einigen Monaten auf einer Wanderung begegnet bin. An der Umzäunung war damals ein Schild befestigt, das auf die Möglichkeit hinwies, die Schafe auf Instagram zu »besuchen«. Natürlich kam ich diesem Vorschlag direkt nach, und erhalte nun in regelmäßigen Abständen Updates.

Die Bilder sprechen mich eigentlich immer auf einer ästhetischen Ebene an, da sie ansprechend inszeniert sind und eine Verbindung zur Natur aufgebaut wird. Auf dem neusten Bild (links) besteht diese Verbindung durch die Darstellung der Schafe als fast »fließende« Masse, die sich durch die hoch aufschießenden Bäume bewegen. Durch ihre helle Farbe heben sie sich dabei von den eher dunklen Tönen des Waldes ab.

Abgesehen davon, dass ich die Bilder als optisch ansprechend empfinde, berühren mich häufig die dazu verfassten Texte. Auf dem aktuellen Post berichten die Halter, dass durch den Jagdpächter ein Wolf gesichtet wurde, und dass sie deshalb nun jeden morgen mit einem »mulmigen Gefühl« zu den Schafen fahren. Ich führe diese emotionale Reaktion meinerseits darauf zurück, dass ich die Schafe »persönlich« kenne, und über die letzten Monate eine gewisse »Beziehung« zu ihnen aufgebaut habe. Würde ihnen etwas passieren, wäre ich darüber traurig.

SCHAFE ...



Quelle: Instagram: Taunusschafe (@taunusschafe), 15.06.2020: Gestern sind wir auf unsere große Sommerkoppel gezogen. [...] Screenshot: Isa (Teilnehmer*in des Online-labors), <https://www.instagram.com/p/CBcvdWiK0Y/> (aufgenommen am 11.02.2021). Alle Rechte vorbehalten.

CRAP

Ich habe diesen Post bewusst gesucht, in meinen Empfehlungen sind derartige Posts bisher selten aufgetaucht (und wahrscheinlich auch deshalb mit der Zeit verschwunden, weil ich sie bewusst nicht angesehen habe). Dieser Post zeigt eine Mutter mit ihrer Familie - es handelt sich um sogenanntes »Family-Blogging«. Die Kinder habe ich aus dem Grund anonymisiert, weil ich die ökonomische Ausnutzung und Instrumentalisierung Minderjähriger als moralisch inakzeptabel sehe. Dieser Kanal postet regelmäßig Bilder, auf denen die Kinder in ihrem »fröhlichen«, »natürlichen« und nahezu »perfektem« Familienleben zu sehen sind. Diese Form des visuellen Ausdrucks mag aus ästhetischer Sicht ansprechend sein, aus jeglicher anderer Sicht empfinde ich sie allerdings als völlig unangemessen. Kindern, die eben noch nicht entscheiden können, ob sie ein so öffentliches Leben in den sozialen Medien mit allen Konsequenzen, die sich daraus für ihr künftiges Leben ergeben, führen wollen, dieses Recht zu nehmen - bzw. zu behaupten, die Kinder »hätten ja zugestimmt« - ist für mich eine Form der Ausbeutung. Zumal die Kinder letztendlich nicht entscheiden, was wie dargestellt und gepostet wird.

... UND KINDER



Quelle: Instagram: Ellen Fisher (@ellenfisher), 25.05.2020: It's a BOY!! [...]. Screenshot: Isa (Teilnehmer*in des Online-labors), <https://www.instagram.com/p/CA11JUSA0zP/> (aufgenommen am 11.02.2021). Alle Rechte vorbehalten.

Gates of Heaven, Hide the Pain, Harold und der Schrei

Autor*in: TienErr

»GATES OF HEAVEN«



Quelle: Instagram: Lifetime of Sunsets (@lifetimeofsunsets), 26.06.2020: Standing there together at the gates of heaven [...]. Screenshot: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/CB47bq1gtRu/> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

»INSTAFOOD«

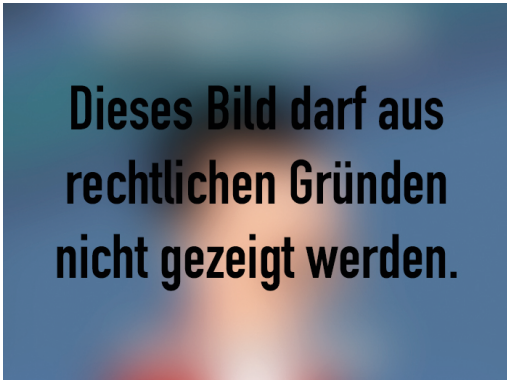


Quelle: Journey of 3 Foodie Monsters (@yumyum.in.my.tum), 26.06.2020: Best burger place in town. Screenshot: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.instagram.com/p/CB5hzQLH6qX/> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

POP - INSZENIERUNGEN AUF INSTAGRAM

Auf Instagram posten viele Nutzer*innen Bilder, deren Perspektive und Ausschnitt sorgfältig ausgewählt und die vor dem Hochladen per Filter, Photoshop oder anderen Apps bearbeitet werden. Die zwei gewählten Bilder – links [hier: oben] der Pura Lempuyang Luhur-Tempel auf Bali und rechts [hier: unten] Essen – verkörpern solche derzeit beliebten visuellen Ausdrucksformen. Solche Bilder wirken ästhetisch sehr ansprechend und treffen meiner Meinung nach den Nerv vieler Nutzer*innen. Die Inszenierung von »Orten« und »Alltag« auf Instagram durch Bearbeitung oder Auswahl bestimmter Ausschnitte würde ich daher als Pop bezeichnen.

»FUTURAMA FRY/NOT SURE IF«



Quelle: Blogbeitrag »Kotzendes Einhorn: »Not sure if real life...« von Daniel (16.4.2016). Screenshot: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.kotzendes-einhorn.de/blog/2016-04/not-sure-if-real-life/> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

POETRY - MEMES, MEMES EVERYWHERE

Memes und GIFs stellen für mich Poetry dar und sind aus meinem Alltag nicht mehr wegzudenken. Ich kommuniziere sehr oft in dieser Form, indem ich auf Nachrichten und geteilte Links zunächst mit einem GIF oder Meme reagiere und erst danach in Schrift- oder Sprachform antworte (siehe Thank you-GIF). Ich habe öfters das Gefühl, dass ich mich in dieser Form besser ausdrücken oder passender reagieren kann, als in Sprachform. Außerdem teile ich oft den Humor oder lache über den Witz, den ein Meme transportiert (siehe zum Beispiel Futurama Fry oder Hide the Pain Harold). Viele Memes und GIFs haben einen popkulturellen Ursprung und stammen aus Filmen, Serien etc. Ich empfinde Memes und GIFs als ästhetische Ausdrucksform und bewundere oft die Kreativität, die zur Schaffung nötig ist.

»HIDE THE PAIN HAROLD«



Quelle: Hide the Pain Harold Meme 2. Screenshot: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), https://en.meming.world/wiki/File:Hide_The_Pain_Harold_meme_2.jpg/ (aufgenommen am 21.11.2018). Alle Rechte vorbehalten.

GIFS



Quelle: The Office Thank You GIF. Screenshot: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://giphy.com/gifs/n4o-KYFlAcv2AU> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

MARKIPLIER



THIS CHALLENGE BROKE ME: 100000 Steps in a Singl...

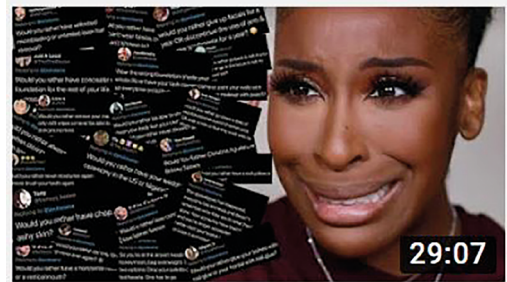
1.9M views • 2 months ago

Quelle: YouTube: Markiplier: THIS CHALLENGE BROKE ME: 100000 Steps in a Single Day (02.04.2020). Screenshot des Thumbnails: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), https://www.youtube.com/watch?v=K_XN0PQTAtw (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

CRAP - SCHREIENDE YOUTUBER AUF THUMBNAILS

Als Thumbnails werden kleine Vorschau-Bilder bezeichnet, die zum Beispiel bei YouTube als Anzeigebilder für die jeweiligen Videos verwendet werden. Das Thumbnail dient nicht nur der Zusammenfassung des Inhaltes, sondern soll die Nutzer*innen zum Anklicken animieren. Darüber hinaus bevorzugt der Algorithmus Videos, deren Thumbnails bestimmte Merkmale aufweisen. Da sich der Algorithmus verändert, ändern sich auch die Merkmale und somit die Thumbnails. Seit einiger Zeit bevorzugt der Algorithmus Videos, deren Thumbnail Gesichter mit weit aufgerissenen Mündern und Augen zeigt. Dies betrifft nicht nur eine bestimmte Kategorie, sondern alle oder mehrere (siehe Thumbnails der Kanäle, die verschiedenen Kategorien zugeordnet werden können). Zudem wird der Hintergrund stark bearbeitet oder mit Schrift ergänzt und impliziert oft schockierende oder überraschende Inhalte. Ich empfinde solche Thumbnails oft eher abschreckend und klicke entweder gar nicht oder nur mit Widerwillen auf solche Videos. Ich würde solche Thumbnails daher als Crap bezeichnen, finde es aber spannend, wie Algorithmen auf Ästhetiken Einfluss nehmen.

JACKIE AINA



Would You Rather; Beauty Guru Edition! | Jackie Aina

410K views • 1 month ago

CC

Quelle: YouTube: Jackie Aina: Would You Rather; Beauty Guru Edition! (27.04.2020). Screenshot des Thumbnails: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/watch?v=fy84yCtKv5M> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

ABROAD IN JAPAN



What I'll Never Understand About Japan

1.1M views • 2 months ago

Quelle: YouTube: Abroad in Japan: What I'll Never Understand About Japan (01.04.2020). Screenshot des Thumbnails: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/watch?v=WaN1mrGvcEU> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

STURMWAFFEL



3 absolute MÜLL FOOD LIFEHACKS

57K views • 5 days ago

Quelle: YouTube: Sturmwaffel: 3 absolute MÜLL FOOD LIFEHACKS (19.06.2020). Screenshot des Thumbnails: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/watch?v=IYIXw3d4Hml> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

JEFFREE STAR

Dieses Bild darf aus rechtlichen Gründen nicht gezeigt werden.

Quelle: YouTube: Jeffree Star: I Followed My 100 Year Old Grandma's Favorite Makeup Tutorial (06.09.2019). Screenshot des Thumbnails: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/watch?v=9KZoOCwSALA> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

JAZZA



Did I Draw the CUTEST Character of ALL TIME??.....

1.5M views • 4 months ago

Quelle: YouTube: Jazza: Did I Draw the CUTEST Character of ALL TIME??... (Character Design!) (12.02.2020). Screenshot des Thumbnails: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/watch?v=lr-McDGROxl> (aufgenommen 2020). Alle Rechte vorbehalten.

Wie über
anderes
sprechen?



In Gesprächen teilen wir uns und unsere je eigene Sicht auf die Welt mit und vermitteln sie anderen. Bewegen wir uns nun alle von unseren eigenen Standpunkten auf diese Mitte zu, tritt uns allen Neues in den Blick. Doch auch in der vereinbarten Mitte angekommen sehen wir gemeinsam nie dasselbe. Denn in dem Moment, da wir uns treffen, rücken wir zwar an die anderen heran, ihren Platz einnehmen können wir aber nicht. Menschen können sich auf einen gemeinsamen Standpunkt einigen, in den Blick nehmen können sie dennoch nicht dasselbe. Aber sie nähern sich einander an.

So verhält es sich auch in den Sozialen Medien. Es gibt nicht diejenigen, die posten, und diejenigen, die sie dabei beobachten und ihre Sicht auf die Welt liken. Erscheinen beide in diesen Rollen eben noch getrennt, nähern sie sich jetzt doch an, da sie gemeinsam beeinflussen, was als nächstes passiert. Was jetzt gepostet und geliked wird, hat Einfluss darauf, was zukünftig alles noch gepostet und geliked wird. Alle bewegen sich miteinander, niemand hat seinen Platz, ohne sich gegenüber den anderen zu verorten. In ihrem Agieren auf den Social-Media-Plattformen mögen nicht alle gleichermaßen talentiert und kreativ sein, nicht jede*r mag immer neue Standpunkte finden, von denen aus er oder sie seinen oder ihren Blick auf die Welt richtet, doch die anderen, die Kreativen ziehen auch sie an. Und wo Anziehung ist, ist auch Abstoßung, die wiederum an andere Orte versetzt, an denen man noch nicht gewesen ist, von denen aus man die Welt noch nicht gesehen hat.

Wenn wir also nach Pop, Poetry, or Crap fragen, wenn wir danach fragen, was jemandem als symptomatischer Blick auf die Welt zu einer bestimmten Zeit, oder was jemandem von seinem Standpunkt aus als bedeutend oder unbedeutend erscheint, dann sind wir jeweils auf der Suche nach Ordnung. Wir verteilen uns im Raum, nähern uns einander an oder nehmen voneinander Abstand, um unsere Standpunkte und mit ihnen unseren Blick auf die Welt zu vermitteln.

- Nick Böhnke

Wie
politisch
ist Ästhetik?

>> Wie Menschen zwischen Dingen, die sie als ›populär‹, ›schön‹ oder ›unschön‹ bezeichnen, unterscheiden, lässt sich scheinbar nicht einfach auf einheitliche visuelle Eindrücke reduzieren, sondern muss möglicherweise vielmehr als eine Art Positionierung verstanden werden, die in einem Zwischenraum aus Ästhetik und persönlichen Überzeugungen angelegt ist. Oft lässt sich bei Urteilen darüber, was gut oder schön ist, beobachten, dass dabei nicht rein formal ästhetische Argumente angeführt werden. Und vielleicht wäre es sogar etwas zu kurz gedacht, zu behaupten, dass Geschmäcker unterschiedlich sind.

Die Beurteilung digitaler Bilder muss einerseits vor dem Hintergrund digitaler Sehgewohnheiten in den Blick genommen werden, während sie sich andererseits zum Teil kaum von sozialen oder politischen Überzeugungen und Positionierungen ablösen lassen. Das wird besonders deutlich, wenn Inhalte als belanglos oder relevant beschrieben werden. Hier wird unterschieden zwischen Inhalten, die der eigenen Überzeugung nach wichtig und erwähnenswert sind und Dingen, die jenseits einer ästhetischen Beurteilung sogar als gesellschaftlich problematisch erachtet werden. An vielen Stellen scheint eine klare Trennung zwischen einem ästhetischen Urteil und moralisch-ethischen Überzeugungen nur schwer möglich zu sein.

Wenn Ästhetik und Politisches so nah zusammenrücken, scheint es umso wichtiger, neben der inhaltlichen Ebene in Sozialen Medien auch die Ästhetik von Beiträgen öffentlicher Akteur*innen in den Blick zu nehmen. Welche ästhetischen Präferenzen kenne ich von mir selbst und wo werden diese gezielt genutzt, um mich anzusprechen? Welche visuellen Gestaltungsmittel setzen z.B. Firmen ein, um sich ein bestimmtes Image zu verschaffen? Und welche Rhetoriken und visuellen Ausdrucksmittel verwenden Aktivist*innen unterschiedlicher politischer Orientierungen, um ihre Ideen zu transportieren?

- Christoph Schröder

Was (wirklich) zählt?

>> Herzen, Sterne, gehobene oder gesenkte Daumen sind aus den Sozialen Medien nur schwer wegzudenken. Sie bieten eine Möglichkeit, um anderen mitzuteilen was uns (nicht) gefällt. Als technisch definierte Ereignisse führen sie zu zählbaren Ergebnissen. Sie bilden die Grundlage für mehr oder weniger komplexe Berechnungen, die Auskunft geben sollen über die Popularität bestimmter Themen und Beiträge wie auch über unsere persönlichen Interessen und Präferenzen. Sie produzieren Ordnung, definieren Normalität und bieten Anlass für soziale Vergleiche oder auch für Investitionen in Werbekampagnen.

Die Feststellung, dass uns etwas gefällt, ist aber nicht nur ein technisches Ereignis, das sich automatisch registrieren lässt, sondern immer auch ein Prozess der Artikulation, der Verortung in der Welt, des Schaffens von Orientierung. Die Herzen, Sterne und Daumen schaffen Nähe und Distanz. Sie können Sympathie und Unterstützung signalisieren, andere darauf hinweisen, dass wir sie sehen, aber auch dazu dienen, uns abzugrenzen oder an andere zu appellieren. Sie lassen sich als Aussage über die Dinge lesen, die wir liken, aber auch als Aussage über uns und unser Verhältnis zu jenen, die etwas posten.

In den Reaktionen auf die Frage nach Pop, Poetry or Crap wird deutlich, dass sich die technisch produzierten Ordnungen und die Versuche, uns mit anderen darüber zu verständigen, was uns selbst wichtig ist, nicht voneinander trennen lassen. Wir können uns der Beobachtung durch die Algorithmen, die alles was wir tun als ein mögliches Zeichen unseres (Des-)Interesses interpretieren, ebenso wenig entziehen wie den Einschätzungen der Menschen, mit denen wir in den Sozialen Medien interagieren. Unausweichlich werden selbst unwillkürliche und irrationale Handlungen als Teil einer regelhaften Ordnung gedeutet. Und dennoch scheinen wir immer wieder Dinge zu finden, die uns fesseln und begeistern, auch wenn sie keinem statistischen Muster folgen und vielleicht sogar für uns selbst nicht ganz erklärlich sind.

- Christoph Richter



- >> Dokumentiere einen digitalen ›Ort‹ (z.B. eine App, eine Website, einen Dienst, einen Chat o.Ä.), den du gerne aufsuchst.
Beschreibe kurz, was dir dabei das Gefühl von zu Hause gibt.

ODER

Beschreibe, warum du dich in Sozialen Medien nirgends zu Hause fühlst und skizziere die Kriterien, die ein digitales zu Hause für dich erfüllen müsste.

Home

WORUM GEHT'S?

Auch in digitalen Kontexten gibt es mittlerweile Orte, die für uns eine besondere Bedeutung haben und die wir aus diesem Grund wiederholt aufsuchen. So werden wir vielleicht besonders melancholisch, wenn wir an den Verlust unserer MySpace oder VZ-Seiten denken oder spielen seit Jahren ein virtuelles Rollenspiel, das zu unserem Leben mittlerweile ganz selbstverständlich dazugehört. Dabei erfüllen die Orte nicht nur eine bestimmte Funktion, sondern sprechen uns auch auf emotionale Weise an.

WAS STECKT DAHINTER?

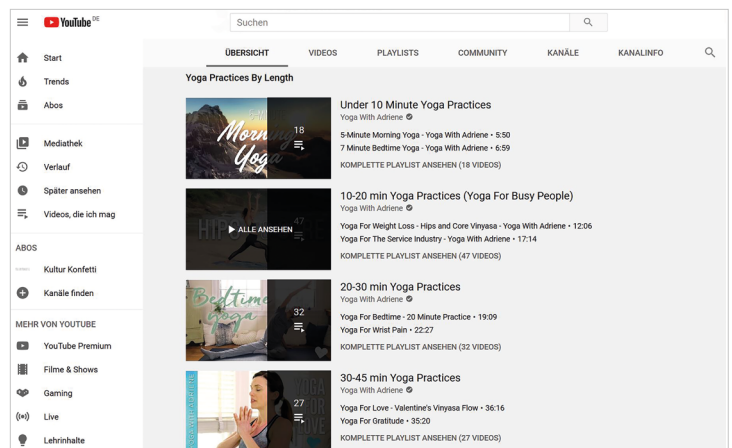
Seitdem wir in der Lage sind, einen Großteil unserer Kontakte, Erinnerungen und Kommunikation einfach in die Hosentasche zu stecken, hat sich auch unsere Definition von zu Hause verändert. Digitale ›Orte‹ (Seiten, Apps, Communities, Beiträge, Netzwerke, Geräte), die wir wiederholt aufsuchen, können uns ähnlich vertraut werden wie die Wege und Orte aus unserem Alltag. Manchmal sind das Orte, die wir selber pflegen, wie ein eigenes Profil, ein Blog, eine Website oder eine digitale Sammlung von Fotos oder ähnlichem. Manchmal begeben wir uns aber auch wiederholt an Orte, die wir mit anderen Menschen teilen, die von anderen (Menschen oder Maschinen) eingerichtet und geordnet werden. Wir suchen diese Orte immer wieder auf, ohne dass wir zwangsläufig wissen, warum.

WORAUF ACHTEN?

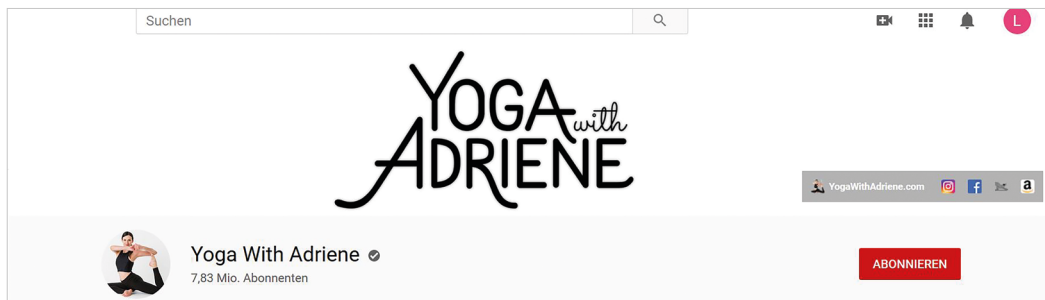
Ein ›digitales Zuhause‹ zu haben, bedeutet auch, oftmals viel von sich und anderen preiszugeben. Achte darauf, deinen Beitrag ggf. zu anonymisieren. Damit auch andere von deinen Erfahrungen profitieren können, wäre es toll, wenn du dein Beispiel möglichst anschaulich darstellen könntest.

Yoga auf Youtube

Autor*in: Sommer



Quelle: YouTube: Yoga With Adriene. Screenshot: Sommer (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/user/yogawithadriene> (aufgenommen am 13.11.2020). Alle Rechte vorbehalten.



AUF YOUTUBE »NACH HAUSE« KOMMEN

Auf Youtube besuche ich häufig und regelmäßig einen bestimmten Youtube Kanal einer Yoga-Lehrerin aus Austin, Texas. Auch nach längeren Pausen kehre ich immer wieder zu diesem Kanal zurück.

Dieser Kanal spiegelt eine Art »zu Hause« sehr gut wider, da ich mit diesem Begriff vor allem Gefühle wie Entspannung, Wohlbefinden, Ruhe, Privatheit und »man-selbst-sein« verbinde. Aber nicht jeder x-beliebige YouTube-Yoga-Kanal würde das für mich erfüllen. Es kommt auch auf den persönlichen Anstrich des Kanals an, bspw. wird versucht, eine entspannte, private Atmosphäre zu kreieren, was vor allem durch die authentische Persönlichkeit der Yoga-Lehrerin Adriene gelingt. Da Yoga als traditionelle Philosophie mittlerweile eigentlich stark als eine Art »Lifestyle« kommerzialisiert ist und Oberflächlichkeit (schicke Yoga Kleidung und der schlanke Körper als »Muss«) und Leistungsstreben (das Erreichen einer bestimmten »artistischen« Haltung/Position) für viele Praktizierende in den Vordergrund gerückt sind, empfinde ich diesen Kanal als willkommene »Gegenposition«.

Auch die Tatsache, dass ich, statt in ein Yoga-Studio zu gehen, lieber Zeit alleine vor einem von Adrienes Youtube-Videos verbringe und dort Yoga praktiziere, zeigt mir, dass die Verbindung von Privatheit ein für mich essentieller Faktor ist, um mich »daheim« zu fühlen.



Yoga With Adriene: Yoga For Bedtime - 20 Minute Practice (16.12.2015). Screenshot: Sommer (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://www.youtube.com/watch?v=v7SN-d4qXx0> (aufgenommen am 13.11.2020). Alle Rechte vorbehalten.

New Tristram & Outer Heaven

Autor*in: TienErr

METAL GEAR SOLID - OUTER HEAVEN



Quelle: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors): Metal Gear Solid - Outer Heaven. Foto: TienErr (Teilnehmer*in des Onlinelabors, aufgenommen 2020).

DIABLO III - NEW TRISTRAM



Quelle: Diablo III: New Tristram, Blizzard Entertainment, Onlinersollenspiel für PC. Screenshot: TienErr (Teilnehmer*in des Online-labors, aufgenommen 2020).

Ich habe zunächst überlegt, welche Eigenschaften ich einem Ort, den ich als »Zuhause« bezeichnen würde, zuschreibe. Denn das »formale« Zuhause, also Wohnräume, muss meiner Erfahrung nach nicht dem eigenen Empfinden von »Zuhause« entsprechen. Ich verbinde mit solch einem Ort ein Gefühl von Geborgenheit und Ruhe, einen Ort, an dem ich im Idealfall den Alltagsstress hinter mir lassen, mich zurückziehen und fallen lassen kann. Gleichzeitig verbinde ich mit »Zuhause« den Ort, an dem ich aufgewachsen bin. Dieses Verständnis von »Zuhause« verbinde ich mit Kindheitserinnerungen und ebenfalls einem Gefühl von Geborgenheit. All diese Eigenschaften treffen im digitalen Raum auf sehr wenige Orte zu, da soziale Medien für mich zwar auch ein Rückzugsort sein können, ich damit jedoch häufig Stress verbinde – gerade hinsichtlich des Konsums von Nachrichten oder Diskussionen auf Twitter, Facebook oder YouTube.

Meinem Verständnis von Zuhause entsprechen hingegen Video-Spiele. Meine Liebe zu Video-Spielen habe ich bereits als Kind durch den Game Boy mit Spielen wie »Tetris« oder »Kirby's Dream Land« entdeckt. In meiner Jugend habe ich Spiele wie »Super Mario« oder »Metal Gear Solid« auf Konsolen wie dem N64 oder der Playstation 1 gespielt und habe über »Die Sims« meinen Einstieg in PC-Spiele gefunden. Mit dem MMORPG »Guild

Wars« bin ich schließlich auf online-basierte PC-Spiele umgestiegen und wechsel inzwischen zwischen Konsolen-, PC- oder VR-Spielen.

Als Beispiel möchte ich an dieser Stelle zum einen Diablo III als Ort des Zuhauses vorstellen, da ich das Spiel seit Release (2012) in regelmäßigen Abständen spiele. Das Spiel wird dem Genre »Hack and Slay/ARPG« zugeordnet und bietet die Möglichkeit, alleine oder mit bis zu drei weiteren Mitspieler*innen auf zufällig generierten Karten Monster zu »schnetzen«. Das Spiel ermöglicht mir, meinen Alltagsstress abzubauen, sei es durch vermeintlich »sinnloses« Geschnetzel oder anspruchsvollere Beschäftigungen, wie Greater Rifts pushen, bei denen individuelle Fähigkeiten sowie Character-Build und -Gear eine Rolle spielen. Je nach Laune kann ich alleine oder mit anderen Leuten aus der D3-Community spielen und einfach Spaß haben.

Ein Beispiel für ein Spiel, das bei mir eher unter meine »nostalgische« Vorstellung von Zuhause fällt, ist die Metal Gear Solid-Reihe. Diese spiele ich kaum noch aktiv, werde jedoch täglich im physischen Raum durch Figuren, CDs und Bücher im Wohnzimmerschrank sowie Postern, Bildern oder mein Tattoo an die Spiele erinnert. Mich hat damals nicht nur die Story der Spielreihe angesprochen, sondern ich verbinde damit auch schöne Erinnerungen an meine Jugendzeit.

Sehnsucht nach der StudiVZ

Autor*in: Caldor

Ich glaube gegenwärtig fühle ich mich auf keiner Plattform so wirklich zu Hause. Ich nutze sie aber auch eher als Mittel zum Zweck (z.B. für den Nachrichtenkonsum, für politische Zwecke, zur Kommunikation) und nicht, um in irgendeine Gemeinschaft eingebunden zu sein. Das war vor 10-15 Jahren sicherlich noch anders, als StudiVZ noch (tatsächlich) existierte und von vielen meiner Freund*innen aktiv genutzt wurde. Dieser digitale Raum hat sich damals tatsächlich noch anders angefühlt *gruschel* als bspw. Facebook heute, das einfach viel zu groß ist und zu viele Funktionen, zu viel Werbung und zu viele rechte Trolle aufweist.

Noch früher waren es Online Rollenspiele wie Ultima Online oder Siebenwind, die mir tatsächlich ein Gefühl von Heimat im virtuellen Raum vermittelten. Teilweise hat sich dieser virtuelle Raum, dann auch mit dem »RealLife« vermischt, wenn beispielsweise reale Treffen mit Leuten aus der Community stattfanden.

Heute würde ich am ehesten noch meine Filter-Bubble bei Twitter als einen Ort der Vertrautheit bezeichnen, da man dort die bekannten Gesichter sieht und man eine Art Verbundenheit spürt - auch wenn da der Algorithmus natürlich ein gehöriges Wort mitzureden hat...

PASSWORT BEI STUDIVZ VERGESSEN - TRAUERIGE ZEITEN

The screenshot shows the StudivZ login interface. At the top, there is a navigation bar with the StudivZ logo and links for 'Immatrikulieren', 'Hilfe', 'Handy', and 'Blog'. The main heading is 'Einloggen'. A red error message box at the top states: 'Falsche E-Mail-Adresse oder falsches Passwort!'. Below this, there are input fields for 'E-Mail:' and 'Passwort:'. There are two checkboxes: 'Eingeloggt bleiben' and 'Sitzung sichern', both with red question mark icons. Below the checkboxes are two buttons: 'Einloggen' and 'Immatrikulieren'. A red link 'Passwort vergessen?' is located below the buttons. To the right of the login form, a yellow warning box contains the text: 'Hinweis: Bitte wirf immer zuerst einen Blick auf die URL-Leiste, ob dort auch wirklich die „studivZ.net“-URL steht. Erst dann solltest Du Deine E-Mailadresse und Dein Passwort unten eingeben!'. Below the text is a screenshot of a browser's address bar showing 'http://www.studivz.net/'. At the bottom of the page, there is a footer with a grid of links: 'Über uns', 'Presse', 'Karriere', 'Sicherheit', 'Tipps', 'AGB', 'Datenschutz', 'Impressum', 'Verhaltenskodex', 'Werbung', 'Universitäten', 'Regionen', 'Edelkompass', 'Appkompass', and 'Entwickler'. On the right side of the footer, there is a 'Datenschutz' logo with the text 'Deine Daten gehören Dir.'

Quelle: VZ-Netzwerke. studivZ | Einloggen (2017). Screenshot: Caldor (Teilnehmer*in des Onlinelabors), <https://secure.studivz.net/Login> (aufgenommen am 15.06.2021).

Kommen wir
im Digitalen
heim?



Der englische Begriff ›Home‹ bedeutet ›Zuhause‹ oder auch das ›Heim‹. Im Deutschen scheint die Rede vom Heim – es sei denn vom ›Eigenheim‹ – nicht mehr sehr gebräuchlich. Wohl spricht man vom ›trauten Heim‹, jedoch kaum mehr davon, dass dieses Heim ›anheimelnd‹ sei. Aus diesem Wortstamm ist aber auch das Unheimliche abgeleitet. Unheimlich ist also das, was der anheimelnden Nähe des Vertrauten, der vertrauten Umgebung entgegensteht.

Digitale Orte, die uns ein Gefühl der Geborgenheit eines Heims vermitteln, sind jene Orte, von denen wir das Unheimliche ausschließen können, indem wir den Zutritt zu ihnen regulieren. In den Sozialen Medien richten wir uns durch Posten, Liken und Folgen Orte ein, die uns nicht nur Raum geben, unseren Nahbereich zu zeigen, damit er von jenen anderen erlebt werden kann, die nicht bei uns sein können und bei uns sein konnten. Indem wir auf andere reagieren oder anderen unsere Aufmerksamkeit schenken, wählen wir immer schon aus, mit wem wir in Kontakt bleiben, wem wir begegnen, wen wir in unsere Nähe lassen. Instagram, Snapchat, YouTube, Facebook oder auch Onlinerollenspiele können wir jederzeit verlassen, wenn wir uns dort nicht mehr wohlfühlen. So verliert die Gemeinschaft einen Teil und droht sich mit zunehmender Abwanderung aufzulösen. Deshalb bleibt – und darauf zielt unser Streben – das Unheimliche weitestgehend ausgeschlossen. Das, was um uns herum geschieht, was uns zustößt, mag die Eigenart haben, ungefragt auf uns zuzukommen. Wir versuchen es dennoch aktiv zu unterdrücken.

Durch Posten, Liken und Folgen entsteht zwischen uns und den anderen ein Verhältnis des gegenseitigen Vertrauens. Dieses Vertrauen kann zwar einseitig aufgekündigt werden, es ist aber nicht die Regel, da gegenseitig entgegengebrachtes Vertrauen zu gegenseitiger Verlässlichkeit führt. Es entstehen so etwas wie digitale Wohngemeinschaften, die trotz unterschiedlicher Persönlichkeiten im Wunsch vereint sind, eine anheimelnde Nähe des Vertrauten zu schaffen und zu erhalten.

- Nick Böhnke

Zuhause

›analog‹ oder

›digital‹?

>> Zwei Beobachtungen scheinen naheliegend, wenn es um die Frage geht, was digitale Orte als zu Hause ausmacht: Es lassen sich zum einen biographische Bezüge ausmachen, bei denen das Aufwachsen mit bestimmten digitalen Medien zentral ist, mit denen bedeutsame Erfahrungen gemacht wurden. Zum anderen findet sich eine Reihe von zugeschriebenen Eigenschaften wie ›Ruhe‹, ›Geborgenheit‹, ›Gemeinschaft‹ und eine bewusste Abkehr von der Sphäre des öffentlichen (Arbeits-)Alltags, die als Ansprüche an Räume eines Digitalen ›zu Hauses‹ angeführt werden.

Interessant ist dabei zu beobachten, dass alle in den Beiträgen beschriebenen Bezüge von ›Heimatlichkeit‹ Räume zwischen den Sphären des ›digitalen‹ und ›analogen‹ anlegen, die verdeutlichen, dass eine eindeutige Trennung kaum möglich ist. Das heimische Yoga vor dem/der Youtubetrainer*in, das mit dem eigenen Körper praktiziert wird, die von Videospielecharakteren inspirierten Tätowierungen und Wohnzimmerdekorationen und die Treffen mit Personen, die man in einem Browser-Spiel kennengelernt hat, sind sichtbare und erfahrbare Manifestationen digitaler Sozialität. Sie lassen sich aber nicht von ihrem digitalen Ursprung völlig ablösen, da sie die Grundlage für die Bedeutsamkeit der hier genannten heimischen Nischen darstellen. Möglicherweise lässt sich gar nicht trennscharf zwischen einem ›digitalen‹ und ›analogen‹ zu Hause unterscheiden. Denn auch Rückzugsräume, Wohlfühlorte und Plätze sozialer Begegnungen sind durchdrungen von digitalen Artikulations- und Kommunikationsformen, etwa wenn zu einem heimeligen Frühstück ein Blick auf die neuesten Twitterbeiträge gehört, oder Menschen Youtuber*innen als Teil ihres privaten Umfelds wahrnehmen.

- Christoph Schröder

Wer gestaltet die digitalen Orte?

>> Offensichtlich haben auch digitale Orte ihre spezifischen Qualitäten. Sie können ruhig, lebhaft, vertraut, oberflächlich, aufregend, stressig, verlassen und anderes mehr sein. Sie können die Möglichkeit bieten, sich dorthin zurückzuziehen, sich mit Freund*innen und Bekannten zu treffen oder einfach nur Spaß zu haben und gegen virtuelle Monster zu kämpfen. Und auch wenn es wohl sehr unterschiedliche Vorstellungen davon gibt, was ein digitales Zuhause ausmacht, so stellt sich doch die Frage, wie die digitalen Orte eigentlich ihre Qualitäten gewinnen, wie sie zu dem werden, was sie für uns sind.

Im Unterschied zur eigenen Homepage oder dem Weblog bieten Plattformen wie YouTube, Facebook, Twitter & Co weitgehend vorkonfektionierte Lösungen an, die »nur noch« mit eigenen Videos, Bildern und Texten befüllt werden müssen. Insofern scheint es, in Bezug auf die Qualitäten dieser Orte, naheliegend den Blick auf diejenigen zu richten, die die entsprechenden Angebote entwickeln und betreiben. Sie sind es schließlich, die über das allgemeine Erscheinungsbild entscheiden, die festlegen, wie und an welchen Stellen wir ihre Angebote an unsere Vorstellungen anpassen können. Sie sind es auch, die über die Algorithmen regulieren, was wir wann zu sehen bekommen und damit nicht nur in den Nutzungsbedingungen den Ton angeben.

Gleichzeitig scheint die Bedeutung dieser Orte damit aber auch nicht vollkommen vorbestimmt zu sein. Zu vielfältig sind die Nutzungsweisen, die Versuche der Aneignung und Zweckentfremdung, in denen immer wieder neu verhandelt wird, um was für eine Art von Ort es sich wohl handelt und was dort normal und möglich ist. Gerade hier zeigt sich das Gespür für die noch vorhandenen Freiheitsgrade und die Findigkeit, diese auszunutzen. Und selbst dort, wo wir gar nicht groß etwas verändern wollen, bedarf es doch zumindest unserer Anwesenheit und vieler kleiner Gesten, um den anderen zu zeigen, welche Bedeutung dieser oder jener Ort für uns hat. Selbst unsere Bindung an bestimmte Plattformen ist möglicherweise weniger sicher als die Anbietenden sich dieses vorstellen.

- Christoph Richter



>> *Bitte nehmen Sie Platz und folgen Sie den Anweisungen des Computers!*

Hinweis: Es werden Fotos von Ihnen gemacht und automatisch analysiert!

Bitte recht freundlich!

ANMERKUNGEN

Der Impuls ›Bitte recht freundlich!‹ gehört zu einer Reihe von Impulsen, die für den Einsatz im Rahmen von Präsenzveranstaltungen entwickelt worden sind.

Bei diesem Impuls nahmen die Teilnehmer*innen vor einem Bildschirm mit Webcam Platz. Auf dem Monitor sahen sie ihr eigenes Videobild und wurden über die Instruktionen auf dem Monitor aufgefordert, eine Reihe von Emotionen auszudrücken. Wenn die Teilnehmer*innen der Ansicht waren, dass ihr Gesichtsausdruck der jeweiligen Emotion entsprach, sollten sie einen Knopf drücken und es wurde ein Standbild aufgenommen. Dieses Standbild wurde anschließend von einem Algorithmus zur Emotionserkennung analysiert.

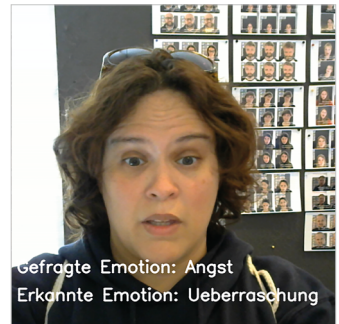
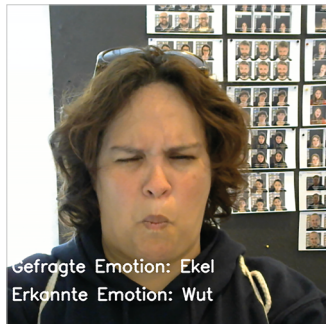
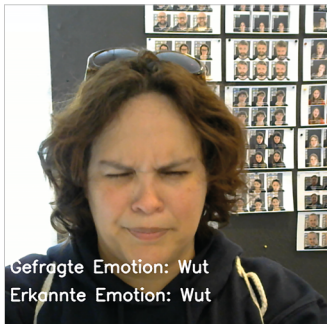
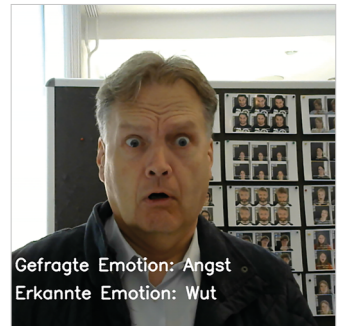
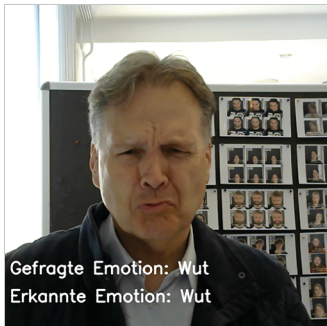
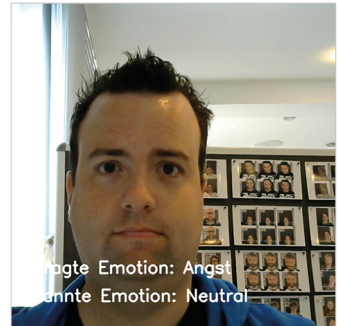
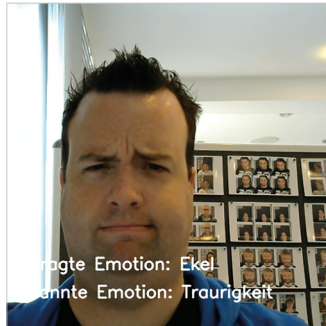
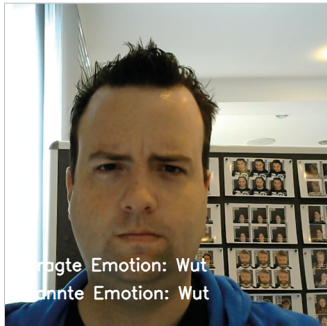
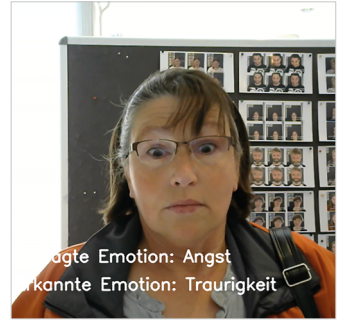
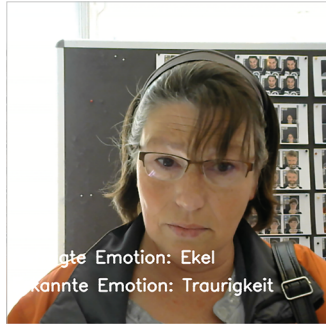
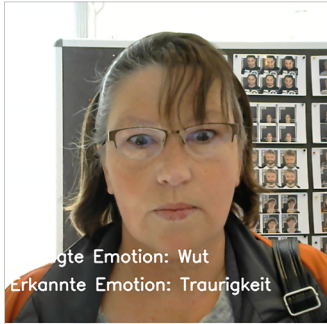
Die Teilnehmer*innen haben der Veröffentlichung der Fotos schriftlich zugestimmt.

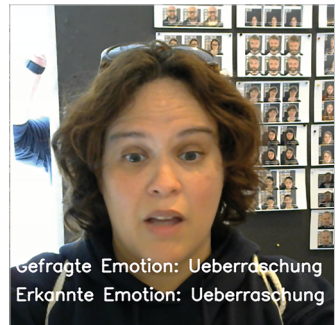
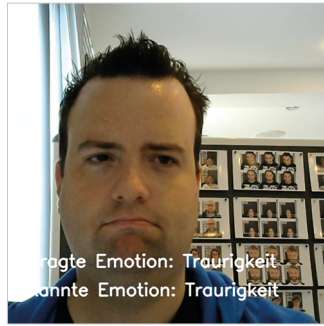
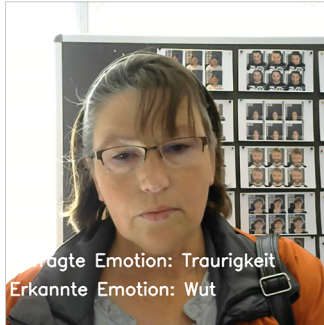
HINTERGRUND

Algorithmen zur Emotionserkennung verändern unseren Umgang mit Gefühlen. Unser Gesichtsausdruck ist eine der zentralen Formen, durch die wir als Menschen unsere Gefühle ausdrücken und versuchen, die Gefühle anderer zu verstehen. Mit der zunehmenden Verbreitung von Algorithmen zur Emotionserkennung versuchen jedoch nicht nur wir, sondern auch Maschinen, unsere Gefühle anhand unseres Gesichtsausdrucks zu erkennen. Wie gegenüber anderen Menschen können wir aber versuchen, unsere Gefühle vor den Maschinen zu verbergen, die wiederum versuchen, wahre von vorgetäuschten Emotionen zu unterscheiden.

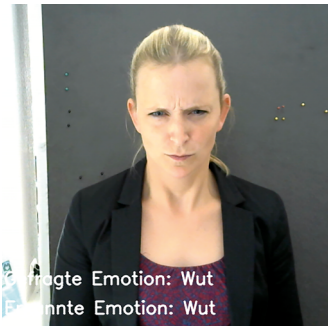
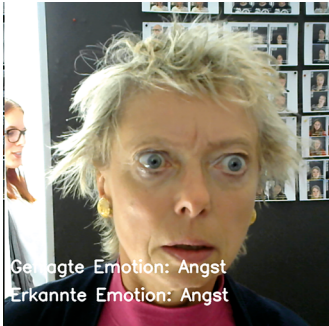
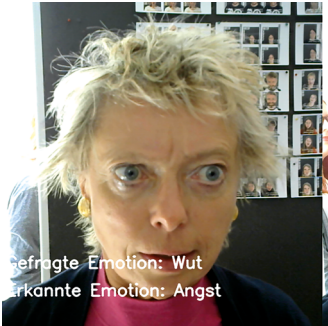
- > *Wie gehen wir im Angesicht von Maschinen mit unseren Gefühlen um?*
- > *Inwiefern lassen sich Emotionen überhaupt ›von außen‹ erkennen?*
- > *Können Algorithmen mehr über meine Gefühle wissen als ich selbst?*

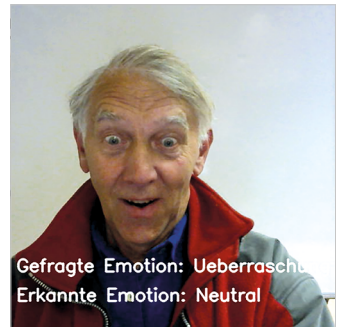
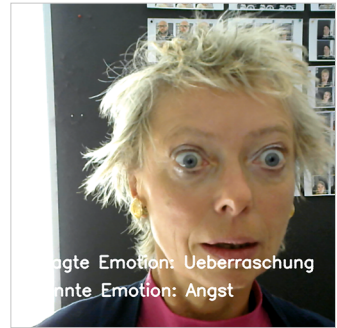
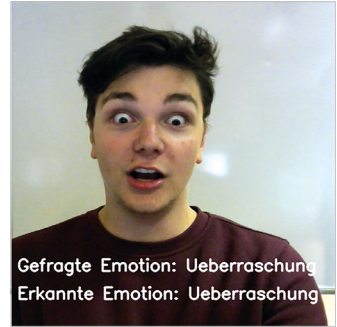
Bitte recht freundlich!



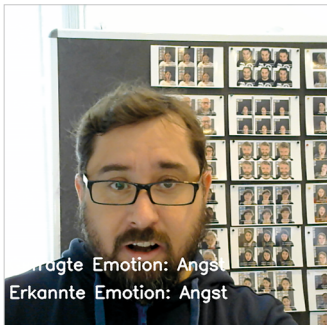
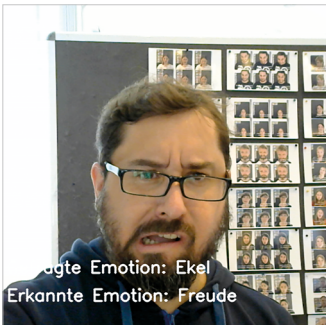
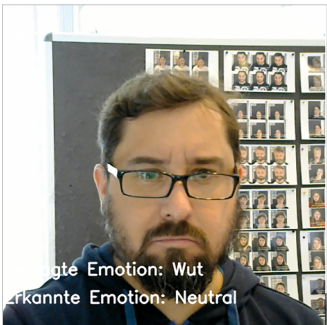
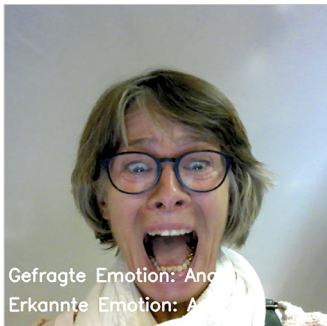
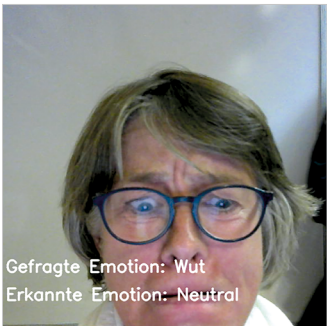
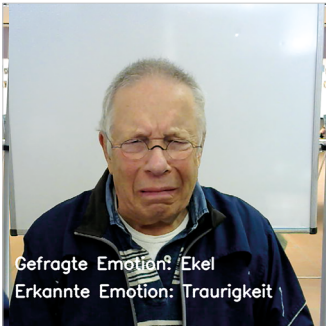
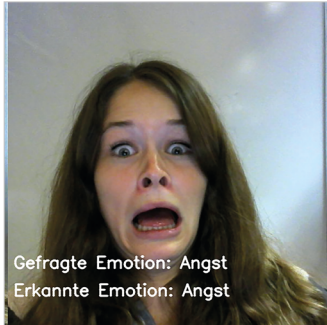
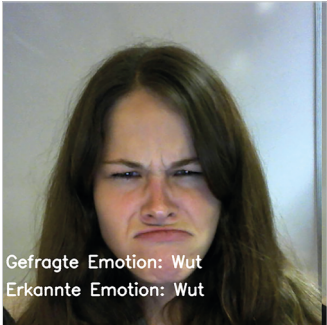


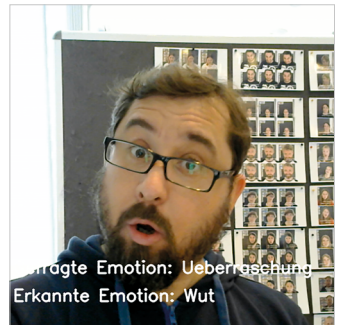
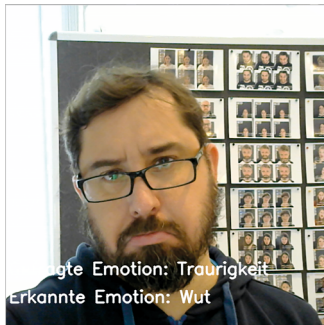
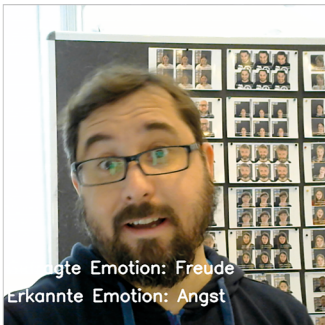
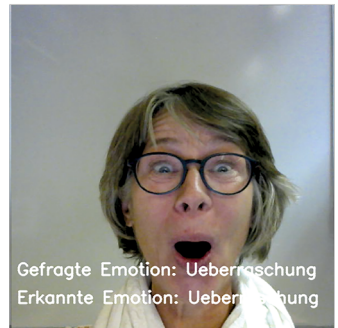
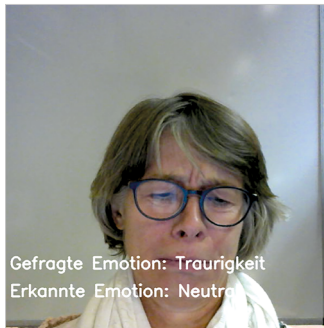
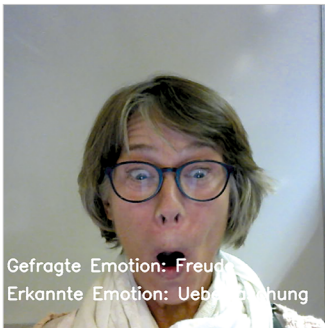
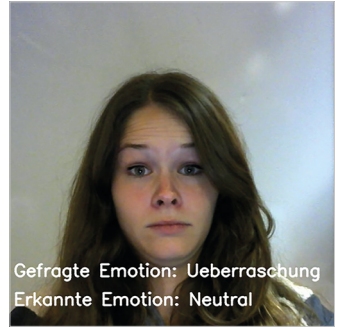
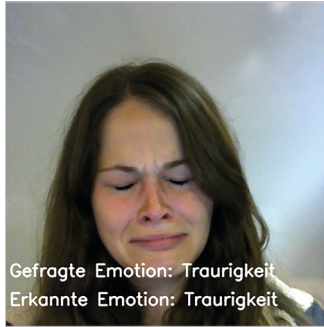
Bitte recht freundlich!





Bitte recht freundlich!





Sind wir lesbar?



Ein Lächeln, ein feines Kräuseln von Lippen oder Stirn huschen über das Gesicht, in das wir gerade blicken. Weil dieses Hinüberhuschen nur in einem kurzen Augenblick geschieht, weil es auf eine primäre Aufmerksamkeit trifft, die sich bei aller Wiederholung niemals völlig wiederholt, können wir das, was wir im Gesicht des anderen wahrgenommen haben, kaum in Worte fassen. Es geschieht zwischen uns und dem anderen in einer Art Resonanz: es affiziert.

So kann vieles ungesagt bleiben. Doch ganz gleich, ob wir etwas zu sagen haben, es gäbe nichts zu sagen und nichts im Gesicht des anderen wahrzunehmen, wenn es niemand anderen gäbe, der uns entgegentritt und sich von uns berühren lässt. Lassen Worte ohne den Bezug zum sie umgebenden Satzgefüge den Sinn nicht zweifelsfrei erkennen, so braucht das, was affiziert, den Bezug zu einem anderen, der in der Lage ist, sich berühren zu lassen. Mit Blick auf Überwachungs- und Erkennungstechnologien wird fraglich, ob es technisch möglich ist, an dieses Affizierende heranzureichen. Es mag möglich sein, biometrische Daten in digitale Renderings zu verwandeln. Das Affektive aber ereignet sich an einer Schwelle, die zwar im digitalen Geflecht der Linien eines Datensatzes zu erfassen ist, aber dennoch niemanden affiziert. Die Maschine liest, während der Mensch betroffen ist, sich vom Affektiven treffen lässt.

Wenn wir also wissen, dass wir beobachtet werden, dass bestimmte Ansprüche an uns gestellt werden, wenn wir aufgefordert werden, bitte recht freundlich in eine Kamera zu lächeln, versuchen wir dann nicht den Ansprüchen einer nicht-menschlichen Entität gerecht zu werden? Wenn wir durch Worte antworten, die ihren Sinn nur durch ihre Bezüge innerhalb eines überschaubaren Satzgefüges erlangen, dann antworten wir auf die Ansprüche der technischen Apparate, indem wir zum digitalen Datensatz und seinem aus wenigen Linien zusammengesetzten Geflecht durch unseren möglichst eindeutigen mimischen Ausdruck in Bezug treten. Dann aber muss alles Affektive ungesagt bleiben. Es geht verloren.

- Nick Böhnke

Welche
Uneindeutigkeiten
gehen verloren?



Die Benutzung des Begriffs ›Emotionserkennung‹ impliziert zunächst, dass eine Emotion zu einem etwas Eindeutigen sei und durch objektive Beobachtungen (z.B. in Form von Parametrisierung des Gesichtsausdrucks, Messung des Pulses oder der Leitfähigkeit der Haut) festgestellt werden kann. Außerdem wird angenommen, dass es eine generelle Übereinstimmung emotionaler Zustände gibt, sodass für die meisten Menschen gleichermaßen nachvollziehbar ist, wie sich zum Beispiel Traurigkeit, Ekel, Freude oder Angst anfühlen. Wenn wir uns im Alltag miteinander verständigen, dann sind geteilte Annahmen über Emotionen insofern hilfreich, als dass wir auf den wahrgenommenen Ausdruck von Emotionen eingehen und uns über sie verständigen können, ohne immer wieder erneut klären zu müssen, was es beispielsweise bedeutet, wenn jemand die Mundwinkel nach oben zieht.

Es wird jedoch auch deutlich, wie viele Uneindeutigkeiten beim alltäglichen Ausdruck von Emotionen zustande kommen: Lacht jemand, weil er oder sie einen Witz gehört hat, oder um sich über mich lustig zu machen? Ist die Körpersprache einer Person defensiv oder ablehnend, weil ich mich auf eine unangemessene Weise verhalten habe, weil die Person einen schlechten Tag hatte oder weil mein Gegenüber generell eine verhaltene Weise zu kommunizieren hat? Und ist eine freundliche Zugewandtheit echt oder nur gespielt, um mir zu schmeicheln oder einen Konflikt zu vermeiden?

Bei den hier vorliegenden Fotos ließe sich davon ausgehen, dass die abgebildeten Personen zu einer gewissen Weise in der Lage waren, sich unter der erwarteten Emotion einen passenden Gesichtsausdruck vorzustellen und diesen durch ihre Gesichtszüge darstellen konnten, ohne einen wirklich konkreten Anlass oder körperlichen Impuls für diese Emotion empfinden zu müssen. Der Ausdruck, den sie hier einnehmen, ist somit von der angenommenen Erwartungshaltung gegenüber der Technik mitgeformt. Es lässt sich also die Frage stellen, inwiefern digitale Technologien auch an anderer Stelle einen Erwartungshorizont an unseren Ausdruck vorgeben und wie dieser unsere alltäglichen Formen der Artikulation mitformen.

- Christoph Schröder

Für wie
berechenbar
halten wir uns?

>> Die Idee, emotionale Zustände zuverlässig und automatisiert zu erfassen, ist schon seit langem Gegenstand wissenschaftlicher und technischer Bemühungen. Die Vorstellung, Einblick nehmen zu können in die Gefühlswelt anderer, geht oft einher mit einer Mischung aus Faszination und Irritation. Mit dem Einsatz von Verfahren aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz und des maschinellen Lernens ist das, was vor einigen Jahren noch nach Science-Fiction klang, mittlerweile zur Realität geworden. Immer mehr Technologien werden darauf trainiert, anhand unseres Gesichtsausdrucks, unserer Gesten, unserer Stimme aber auch der Texte, die wir schreiben, Auskunft über unsere Emotionen zu geben.

Ähnlich wie in der allgemeinen Diskussion um Künstliche Intelligenz drängen sich auch bei der automatisierten Emotionserkennung sofort Fragen nach der Leistungsfähigkeit der Technik, der ethischen Verantwortbarkeit wie auch dem Datenschutz auf. Erkennt die Technik wirklich meine Emotionen? Was ist, wenn sie sich irrt? Wer sollte oder darf eigentlich Zugriff auf diese sehr persönlichen Daten haben und wer kann hier regulierend eingreifen?

Die Reaktionen der Teilnehmer*innen werfen aber auch noch eine ganz andere Frage auf, die sich weniger auf die Technik an sich als vielmehr auf unsere Erwartungen bezieht. Gehen wir davon aus, dass die Algorithmen uns tatsächlich durchschauen und erkennen können, was wir »wirklich« fühlen? Oder verstehen wir das Ganze als eine Form der Interaktion, in der wir versuchen, uns der Technik in einer Weise mitzuteilen, von der wir denken, dass sie verständlich ist? Je nachdem zu welchen Antworten wir kommen, verändert sich die Situation grundlegend und damit auch unsere Handlungsmöglichkeiten.

- Christoph Richter

›Wohin des Weges?
Beschriftene und (noch)
unbeschriftene Pfade‹

Abschließende Gedanken

>> Digitale Technologien sind derart in unsere alltäglichen Handlungen, Denkweisen und Ausdrucksformen eingeschrieben, dass wir unser Erleben ohne die Berücksichtigung digitaler Medien nicht hinreichend begreifen können. Zu beobachten ist eine ›tiefreichende Mediatisierung‹.

Wer sich wie, aus welchen Beweggründen und mit welchen Absichten in den Sozialen Medien artikuliert, ist unter den Bedingungen einer kontingenten postdigitalen Kultur nur schwer zu erfassen. Ein wissenschaftliches Interesse an den Praktiken in den Sozialen Medien hat also mit der Kontingenz dessen, was jeweils gepostet, geliked und kommentiert wird, umzugehen. Diese Grundannahme stellt die wissenschaftliche Praxis vor Herausforderungen. Wir wissen nicht und wir können nicht wissen, was alles verhandelt wird. Es bedarf einer gemeinsamen Sensibilisierung für die Vielfalt der Erfahrungs- und Handlungshorizonte, um vorschnelle Erklärungen dessen, was möglicherweise in den Sozialen Medien praktiziert wird, zu vermeiden. Immer gilt es ›das andere‹, das dem einen/der anderen (noch) unvertraut ist, zuzulassen, ohne es durch Erklärungen intentional zu vereinnahmen zu versuchen. Insofern aber alle Akteur*innen ihre (soziale) Umwelt in vielfältiger Weise und nicht in Gestalt eines feststehenden großen Ganzen erleben, kommen wir nicht umhin den Horizont des Möglichen offen zu halten. Im Austausch mit den Teilnehmer*innen des Onlinelabors warfen wir also immer wieder die Frage nach dem Wie ihres Erlebens auf: Wie erleben wir unser Handeln durch die Sozialen Medien?

Im Rahmen des von 2017 bis 2021 an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel durchgeführten Forschungsprojekts ›Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung‹ wurde eine partizipative Forschungsmethode entwickelt, um Interessierten die Möglichkeit zu eröffnen, ihre persönlichen Zugänge zu und ihre konkreten Erfahrungen im Umgang mit den Sozialen Medien zu dokumentieren. Mit dem Onlinelabor ist eine temporäre Umgebung entstanden, die dem Austausch über Beobachtungen Perspektiven und Ausdrucksformen Raum gibt.

Die Teilnehmer*innen wurden nach ihren Alltagserfahrungen befragt. In der Annäherung an die Praktiken in den Sozialen Medien bildeten diese Alltagserfahrungen, die wir theoretisch im Begriff des Alltags fundierten, einen wichtigen Bezugspunkt. Im gemeinsamen Sprechen über das alltägliche Erleben konnten soziale Konventionen, Relevanzen und Deutungsschemata im Rahmen fortlaufender kultureller Praktiken sichtbar und thematisierbar gemacht werden. Denn was in der Erfahrung des/der einen durch permanente Wiederholung und habitualisierte Praktiken als alltäglich erscheint, macht dennoch einen Unterschied im Erleben des/der anderen. Jedes Erleben ist das je eigene und damit ein anderes als das der anderen. Das Erleben

ist nicht besser oder schlechter. Es ist nicht tiefgreifender oder verbleibt nicht vermeintlich näher an der Oberfläche, es ist schlicht anders. Und in bewusster (theoretischer) Distanz zu sich selbst und seinem Erleben neigt man eher dazu, sich auf diese Andersartigkeit, auf die Möglichkeit eines anderen, die Möglichkeit, dass alles im Sinne der Kontingenz auch anders sein könnte, einzulassen.

Wir waren bestrebt, gemeinsam mit den Teilnehmer*innen des Onlinelabors einen Raum des gegenseitigen Vertrauens zu schaffen. Dieser Prozess brauchte auch immer wieder Zeit. Doch im Laufe des Sprechen-Lassens und des gemeinsamen Sprechens mit anderen Teilnehmer*innen entwickelte sich eine Atmosphäre des Vertrauens, die das offene Sprechen über das Handeln und Erleben des vermeintlich Gewöhnlichen ermöglichte. Hier ging es uns als Forschenden nun weniger um die Grundoperation des ›Vermittelns‹, als vielmehr darum, Formen des ›Beobachtens‹ und ›Gegenüberstellens‹ zu erproben. Persönliche Beobachtungen und Positionen wurden erfasst und in einem möglicherweise widersprüchlichen Verhältnis zu den Auffassungen anderer Teilnehmer*innen verortet. Im Mittelpunkt stand nicht das bereits Bekannte und Verallgemeinerbare, sondern das noch nicht Bekannte und Einzigartige. Vermeintlich gesetzte Deutungsmuster wurden fraglich und gemeinsam wurde nach neuen Begriffen gesucht. Ein solches Vorgehen hatte nicht das Ziel eine neutrale (objektive) Beobachterposition einzunehmen oder einen intersubjektiven Konsens herzustellen, sondern die Vielfalt des alltäglichen Ausdrucks in Sozialen Medien für alle Beteiligten sichtbar zu machen.

Als Impuls des Beobachtens machten wir drei Formen produktiver Irritation aus: Die erste Form der Irritation findet statt, noch bevor man eine Frage stellt, nämlich dann, wenn man etwas beobachtet, das vor dem Hintergrund des eigenen Verständnisses nicht zu erklären oder nicht nachzuvollziehen ist. Die Formulierung der Frage geschieht in Folge der Irritation. Die zweite Form der Irritation ist die bewusste Hinterfragung des Gewohnten. Der Blick wird auf Routinen gerichtet, die mit der gezielten Frage sichtbar werden. Die dritte Möglichkeit der Irritation betrifft die anderen. Hierbei geht es darum, in der Gegenüberstellung unserer Perspektiven produktive Irritationen füreinander zu schaffen, um Beobachtungen als gemeinsame Muster oder Unterschiede sichtbar zu machen.

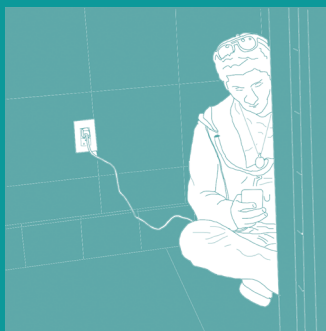
Wir wissen nicht und wir können nicht wissen, was alles in den Sozialen Medien verhandelt wird. Alle Impulse, alle Fragen und alle Versuche der produktiven Irritation führten uns auf verschiedene Pfade, ohne dass wir heute behaupten könnten oder gar wollten, alle möglichen Pfade beschritten zu haben. Als wir die Arbeit an diesem Atlas Sozialer Medien aufnahmen, sahen wir uns also vor die Aufgabe gestellt, aus-

Beobachten und Gegenüberstellen

zuwählen. Welche Impulse sollten wir zeigen? Ist es möglich, die Produktivität von Irritationen durch die Impulse in irgendeiner Art und Weise zu bemessen? Einzig die Erfahrungen, die wir im Austausch mit den Teilnehmer*innen im Verlauf des Projekts gemacht haben, konnten uns als Anhaltspunkte dienen. Dass diese Erfahrungen subjektiv gefärbt sind, steht außer Frage. Auch wir als Forschende können nur in begrenztem Maße und im gegenseitigen Austausch im Team zu unserem eigenen Handeln und Erleben auf Distanz gehen. Wir brachten uns in den Austausch mit anderen ein, ließen anderes zu und setzten eigene Erfahrungen und Annahmen immer wieder von Neuem aufs Spiel. Was hier nun auf diesen Seiten zu sehen ist, ist eine notwendigerweise zu treffende Auswahl aus den insgesamt 46 Impulsen, die in den Jahren zwischen 2018 und 2021 entwickelt und im ›Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung‹ veröffentlicht worden sind. Und auch mit Abschluss des Projekts Ende September 2021 laden wir noch dazu ein, sich im Denken der dort versammelten Denkanstöße fallen zu lassen, zwischen den verschiedenen Impulsen zu pendeln und vielleicht nicht dorthin zurückzukehren, wo man gestartet ist.

Vieles ist hier zu Standortbestimmungen, zum Hier und Dort, zum einen/zur einen und den anderen, zur Verortung gegenüber den anderen und den Bedeutungszusammenhängen, die durch gegenseitiges Verorten gebildet werden, gesagt worden. Und doch ist nicht alles gesagt worden. Sehr wahrscheinlich ist es unmöglich, alles zu sagen. Doch mit jeder neuen Aussage wird der lohnende Versuch einer Annäherung unternommen. Also unternahmen wir noch einen weiteren solchen Versuch. Wir laden herzlich dazu ein, uns im wissenschaftlichen Begleitband ›Spuren digitaler Artikulationen. Interdisziplinäre Annäherungen an Soziale Medien als kultureller Bildungsraum‹¹ noch ein Stück weiter auf unseren Pfaden durch die Weiten digitaler Kultur zu begleiten.

¹ Spuren digitaler Artikulationen. Interdisziplinäre Annäherungen an Soziale Medien als kultureller Bildungsraum. Hg. v. Heidrun Allert, Nick Böhnke, Martina Ide, Christoph Richter u. Christoph Schröder, Bielefeld 2022, DOI: 10.14361/9783839459744.



Forschungsimpulse des Onlinelabors für Digitale Kulturelle Bildung

EINE ÜBERSICHT

Wie ein gewöhnliches Posting entsteht
Alternative Schreibweisen
Jenseits von Like und Dislike
Warum wird sowas denn geliked?
Mein Leben in 160 Zeichen
Wie »influenced« bin ich?
Meiner Meinung nach
Ich sehe was, was Du nicht siehst
Das könnte Ihnen auch gefallen
Idealerweise
Schönheit im »Auge« des Algorithmus
Rotweinflecken entfernt man mit Salz
Die Zukunft der Sozialen Medien
Attraktivität in Sozialen Medien
Remix!
Abhängig?
Like Deinen Nächsten
Freundschaft in Sozialen Medien / Soziale Medien in der Freundschaft
Behutsamer Eingriff
Gemischte Gefühle
Pop, Poetry or Crap?
Heute schon »influenced« worden?


#behindthescenes
Digitale Rituale
#klimawandel
Digitale Tricks und Kniffe
Analoge Quarantäne, Digitale Möglichkeiten
Ich und meine Sozialen Medien
Ort 2.0
I want YOU!
Home
+++ BREAKING FAKENEWS +++
Der digitale Lernraum – Unendliche Weiten
Bitte (nicht) füttern
Du bist, was du klickst
1000 Mal berührt
Der Algorithmus, der mich wirklich kennt
Die Welt durchs Objektiv
Mein Feed! Meine Fotos! Meine Form?
Ich doch nicht!
#photooftheday
Bildlich gesprochen
Was aus dem Rahmen fällt


>> <https://digitalekultur.medienpaedagogik.uni-kiel.de/archiv/>


Herausgeber*innen

Nick Böhnke (Dr. phil.), geb. 1985, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Kunsthistorischen Institut der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Schwerpunkte seiner Forschung und Lehre sind die Ambiguität des Bildes in der Kunst des 20. Jahrhunderts, mit dem Schwerpunkt auf der Klassischen Moderne, sowie die Ästhetik der Performancekunst und der digitalen Medien.

Christoph Schröder (M.A.), geb. 1988, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Abteilung Medienpädagogik/Bildungsinformatik der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Im Rahmen des Forschungsprojekts ›Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung‹ befasst er sich mit bildungstheoretisch ausgerichteten Fragen nach subjektivierenden Adressierungs- und Anerkennungsprozessen in Verwobenheit mit digitalen Medien.

Christoph Richter  (Dipl.-Psych.), geb. 1975, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Abteilung Medienpädagogik/Bildungsinformatik der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Sein Forschungsinteresse gilt kollaborativen und partizipativen Wissenspraktiken, digitalen Kulturtechniken, der kritischen Medienbildung sowie der Genese digitaler Technologien.

Martina Ide  ist Dozentin der Kunstpädagogik am Kunsthistorischen Institut der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Ihre Forschungsschwerpunkte sind körperbezogene Gegenwartskunst, Pädagogik des Performativen sowie Lernen mit digitalen Medien in zeitgemäßen künstlerischen Prozessen.

Heidrun Allert  (Prof. Dr.) ist Professorin der Pädagogik, Schwerpunkt Medienpädagogik/Bildungsinformatik an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Sie leitete das ›Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung‹. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Digitalisierung & Algorithmisierung, den Entwicklungslinien im Netz, der Untersuchung und Förderung von netzbasierten Wissenspraktiken und Kreativität, gestaltungsbasierter Forschungsmethoden sowie der Emanzipation im Netz.

Abbildungsnachweise

- Umschlagabbildung:** Digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2020), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#). Unter Verwendung der Fotografie ›Ausblick am Fuße der Biber in Brannenburg‹ von Gimleey2, veröffentlicht unter der Lizenz CC BY-SA 4.0. <https://de.wikipedia.org/> (zuletzt aufgerufen am 01.10.2021).
- Seite 22:** Wie ein ›gewöhnliches‹ Posting entsteht: Digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#). Unter Verwendung der Fotografie ›Mirrors, mirror...‹ von Franco Dal Molin, veröffentlicht unter der Lizenz CC BY-2.0. <https://www.flickr.com> (zuletzt aufgerufen am 01.10.2021).
- Seite 36:** Heute schon influenced worden?: Digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#). Unter Verwendung einer Fotografie von Olichel, veröffentlicht unter der Pixabay-Lizenz. <https://pixabay.com> (zuletzt aufgerufen am 01.10.2021).
- Seite 50:** Attraktivität in Sozialen Medien: Digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#). Unter Verwendung eines 3D-Avatars von Jin San, veröffentlicht unter der Lizenz CC-BY-SA 3.0. <https://commons.wikimedia.org/> (zuletzt aufgerufen am 01.10.2021).
- Seite 64:** Pop, Poetry or Crap?: Digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#). Unter Verwendung einer Fotografie von: Caroline Minor Christensen, veröffentlicht unter der Unsplash-Lizenz. <https://unsplash.com> (zuletzt aufgerufen am 01.10.2021).
- Seite 80:** Home: Digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2020), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#). Unter Verwendung einer Fotografie von Joshua Fuller, veröffentlicht unter der Lizenz CC0. <https://stocksnap.io> (zuletzt aufgerufen am 01.10.2021).
- Seite 94:** Bitte recht freundlich: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2018), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Seite 96-101:** Bitte recht freundlich: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2018), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Seite 114:** Digitale Rituale: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Ich doch nicht!: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2021), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Ich sehe was, was du nicht siehst!: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2018), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Die Welt durchs Objektiv: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2021), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Abhängig?: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).
- Digitale Tricks und Kniffe: Fotografie und digitale Bildcollage erstellt vom Onlinelabor für Digitale Kulturelle Bildung (2019), veröffentlicht unter der Lizenz [CC BY-SA 4.0](#).

Impressum

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Atlas Sozialer Medien. Verortungen in den Weiten digitaler Kultur

Herausgeber*innen: Nick Böhnke, Christoph Richter, Christoph Schröder, Martina Ide, Heidrun Allert

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliographische Daten sind über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Das Werk ist unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International veröffentlicht. Den Vertragstext finden Sie unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>.

Bitte beachten Sie, dass einzelne, entsprechend gekennzeichnete Teile des Werks von der genannten Lizenz ausgenommen sein bzw. anderen urheberrechtlichen Bedingungen unterliegen können.

Die Texte der Beiträge zu den Forschungsimpulsen (S. 24-29, 38-43, 52-57, 66-73, 82-87) sind abweichend unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung – Keine Bearbeitungen 4.0 International ([CC BY-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/)) veröffentlicht.

Die Veröffentlichung ist auf dem Publikationsserver der Universitätsbibliothek Kiel (<https://macau.uni-kiel.de>) frei verfügbar (Open Access): <https://doi.org/10.38072/978-3-928794-69-5>

2022 Universitätsverlag Kiel | Kiel University Publishing

Universitätsbibliothek Kiel

Leibnizstr. 9

24118 Kiel

Deutschland

verlag@ub.uni-kiel.de

www.universitaetsverlag.uni-kiel.de

Umschlaggestaltung: Wiebke Buckow

Layout und Satz: Wiebke Buckow, Helena Hintz

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Ferdinand-Jühlke-Straße 7, 99095 Erfurt

ISBN: 978-3-928794-67-1

eISBN (PDF): 978-3-928794-69-5

 Universitätsverlag Kiel
Kiel University Publishing

Universitätsbibliothek Kiel
Leibnizstr. 9, 24118 Kiel, Deutschland
verlag@ub.uni-kiel.de
www.universitaetsverlag.uni-kiel.de