#travelboomerang – Einmal hin und zurück im Mikroformat

Von Lilli Riettiens

Zusammenfassung

Seit Längerem zeichnet sich das Phänomen ab, dass auf Instagram die eigenen (touristischen) Reisen dokumentiert werden, wodurch diese für die Betrachtenden polychron wie polylokal ‚nachgehbar' werden. Unter dem Hashtag #travelboomerang finden sich dort boomerangs, die zu einer eben solchen Reisedokumentation genutzt werden. Der vorliegende Beitrag nimmt den boomerang als spezifisches Mikroformat in den Blick, dessen Form einer (Unter)Ordnung des Inhalts bedarf, die sich im Kontext des Reisens ebenso als (Unter)Ordnung des dargestellten ‚Anderen' offenbart.

Einleitung

Das geradezu lustvolle Verschlingen der Reisen anderer Leute lässt sich nicht nur in Bezug auf Reiseberichte aus vergangenen Jahrhunderten konstatieren (vgl. Ette 2001, S. 79–80), sondern findet sich in ähnlicher Weise in den sich seit einigen Jahren etablierenden Reiseblogs in sozialen Netzwerken oder auf Websites wieder. Blogger_innen dokumentieren ihr Essen, ihre Unter- und Zusammenkünfte auf Reisen, wodurch sie ihre Routen für diejenigen andernorts nachvollziehbar und (in Gedanken) ‚nachgehbar' machen. Auch bei Instagram zeichnet sich diese Entwicklung bereits seit Längerem ab, wobei Fotos und kurze Videos mit Hashtags versehen ‚um die Welt gehen' und polychrone wie polylokale Reiseerfahrungen für die Betrachtenden möglich machen. Unter dem Hashtag #travelboomerang lassen sich seit 2016 sogenannte boomerangs auf Instagram finden, die (angeblich) auf Reisen produziert wurden. Dabei handelt es sich um eine bestimmte Form von kurzen Videos, die sich als ein spezifisches Mikroformat lesen lassen. Während GIFs und boomerangs ihr potenzielles Ablaufen in Endlosschleife gemein ist, so unterscheiden sie sich dennoch in ihrer Bewegung: GIFs beginnen immer wieder von vorne, wohingegen boomerangs vorwärts und dann zunächst rückwärts ablaufen, bevor sie wieder von vorne beginnen. Bei der Betrachtung des Reisens bzw. eines Momentes auf Reisen als boomerang offenbart sich vor diesem Hintergrund eine interessante Dopplung: Sowohl dem Reisen als auch dem boomerang sind das ‚Hin und Zurück' in konstitutiver Weise eingeschrieben.

Während diese Überlegungen das gedankliche Fundament des vorliegenden Artikels darstellen und in einem ersten Schritt besprochen werden, gehe ich in einem zweiten Schritt der Verbindung von Form und Inhalt nach (vgl. dazu auch den Beitrag von Aksoy & Schaper in diesem Band). Dabei folge ich der Annahme, dass das im boomerang Dargestellte dessen Form untergeordnet ist, wobei ich in Anlehnung an postkoloniale repräsentationskritische Lesarten insbesondere der Frage nachgehe, inwieweit sich eine mit der Form verbundene (Unter)Ordnung des Inhalts im Untersuchungskontext ebenso als (Unter)Ordnung des ‚erblickten Anderen' offenbart. Auf der Folie einer Komplexitätsreduktion in Anbetracht einer sich im Zuge von Digitalisierung und Globalisierung vollziehenden Komplexitätssteigerung lese ich die vorangestellten Überlegungen in einem dritten und abschließenden Schritt vor dem Hintergrund von (touristischem) Reisen und (medialem) Konsum, wobei sich boomerangs in zweifacher Weise als Mikroformat eines konsumatorischen Blickes identifizieren lassen.

Einmal hin und zurück – Reisen im Mikroformat

Dem boomerang ist die Bewegung konstitutiv eingeschrieben. Diese offenbart sich einerseits als eine Bewegung ‚im Kleinen', entsteht das Kurzvideo doch aus zehn unmittelbar hintereinander gereihten Fotos. Andererseits wird in Anbetracht der geringen An-

zahl an Fotos und der kurzen Zeitspanne der Vollzug ‚kleiner Bewegungen' notwendig, damit der boomerang ‚funktioniert', wodurch „Gesten und Praktiken des Kleinen" in den Blick geraten (Autsch & Öhlschläger 2014, S. 11). Dabei ist es vor allem die Hin- und Rückbewegung, die aus einem kurzen Video einen boomerang werden lässt, denn während beispielsweise ein GIF immer wieder von vorne beginnt, läuft der boomerang einmal vorwärts und wieder rückwärts ab, bevor der potenziell endlose Loop beginnt. Wird die Dauerschleife nicht von den Nutzenden gestoppt, werden sie „quasi-automatisch in die nächste Runde reingezogen" (Porombka 2016, S. 30). Stephan Porombka macht hier ein hypnotisches Moment der Dauerschleife aus, da der Kontext – Porombka bezieht sich auf GIFs – doch „in der Kürze des Stücks nicht zu verstehen, allerhöchstens auszubalancieren" sei, weshalb „man beim Betrachten immer gleich in die nächste Schleife hinein[rutsche]" (ebd., S. 33). Zwar „auf die Erfahrung von Zeitknappheit" im Zuge sich vollziehender „Dynamisierungsprozesse" von Zeit (und Raum) reagierend (Autsch & Öhlschläger 2014, S. 10f.), wohnt den boomerangs ähnlich den GIFs doch eine eigentümliche paradoxe Zeitlichkeit inne, „die im Rückblick eigenartig lang erscheint, auch wenn sie tatsächlich nur ganz kurz gedauert hat" (Porombka 2016, S. 34). Sie werden damit zu polychron und polylokal wirkenden Ansammlungen von Erfahrungen, auf die „technologisch scheinbar grenzenlos" in Zeit und Raum zugegriffen werden kann (Autsch & Öhlschläger 2014, S. 11; vgl. dazu auch Rövekamp 2005, S. 33–34).

Im Hashtag #travelboomerang verbinden sich diese paradoxe Zeitlichkeit und Verfügbarkeit des digitalen Mikroformats unweigerlich mit der Reise. Der ‚travelboomerang' erlaubt den Betrachtenden in der Gegenwart gewissermaßen ein ‚Nach-Gehen' einer (Reise-)Bewegung, die in der Vergangenheit von einer anderen Person vollzogen wurde, wodurch er einen ganz eigenen (Reise-)Zeit-Raum eröffnet. Trotz der dem boomerang konstitutiv eingeschriebenen Bewegung erscheint diese allerdings gewissermaßen ‚eingefroren', läuft die einstige Reisebewegung doch einerseits potenziell in Dauerschleife vor und zurück, während sie andererseits potenziell endlos verfügbar ist. Gleichsam zeigt sich die doppelte Eingeschriebenheit der Vor- und Rückbewegung: Während sie es ist, die den boomerang vom GIF unterscheidet, macht sie ebenfalls die Reise zur Reise. Reisebewegung und mediale Bewegung verbinden sich demnach im Hin und Zurück des Mikroformats.

Gleichzeitig schreibt sich der #travelboomerang in eine Tradition der Beglaubigung der Reise ein, in den Nachweis eines ‚tatsächlich da gewesen-Seins'. Denn der Annahme Achatz von Müllers im Kontext von Reiseliteratur folgend, ist es erst der Bericht, der „die Reise aus dem Alltagsleben in die Sphäre der Lebensbedeutung" erhebt und „aus einer Bewegung in der Welt die REISE" macht (Müller 2017, S. 17; Herv. i. O.; vgl. dazu auch Mörth 2004, S. 4). Versehen mit dem Hashtag #travelboomerang reihen sich die entsprechenden boomerangs demnach in eine Logik der Beweisführung ein, die sie als materielle Beglaubigungen der Reisebewegung hervortreten lässt.

Von ‚anderen' und ‚eigenen' Bewegungen – Zur (Unter)Ordnung des Erblickten

Wie bereits angeklungen, bedarf der boomerang einer spezifischen Bewegungs(an)ordnung, damit er ‚funktioniert'. In Anlehnung an Martina Löws raumsoziologische Überlegungen hebt die Schreibweise der ‚(An)Ordnung' zwei auch in diesem Kontext relevante und miteinander verwobene Dimensionen hervor: erstens die Handlungsdimension, die auf den „Prozeß [!] des Anordnens" verweist (Löw 2001, S. 166), sowie zweitens die strukturierende Dimension, die die hierdurch geschaffene Ordnung markiert. Demnach werden Bewegungen, Hintergründe, Objekte und Menschen derart angeordnet, dass sie der Logik und damit der Ordnung des jeweiligen medialen Formats – in diesem Falle des Mikroformats boomerang entsprechen, wodurch die Ordnung gleichsam re-produziert wird. Vor diesem Hintergrund offenbart sich die maßgebliche Geprägtheit des Inhalts durch die Form. Mein Kernargument lautet dabei allerdings, dass sich die für das Mikroformat notwendige und durch es gleichzeitig etablierte (An)Ordnung nicht rein auf einer strukturellen bzw. technischen Ebene bewegt, sondern sich auf die soziale Dimension ausweitet: Im Moment des medienspezifischen Arrangierens vollzieht sich eine (Unter)Ordnung des Erblickten (‚Anderen') unter die (‚eigene') Form bzw. unter die Logik des medialen Formats. Denn bei der dem medialen Format entsprechenden (An)Ordnung der eigenen Bewegung(en) interessiert das Erblickte (‚Andere') „nur noch als Hintergrund für Posen und den dabei ‚eingefrorenen' Schnappschuss der aufnehmenden Personen" (Moser 2019, S. 43), wie Heinz Moser in Bezug auf das Produzieren von Selfies konstatiert. Zentral ist hier, „dass man selbst im Vordergrund mit auf der Aufnahme erscheint" (ebd.). Geht es hingegen um die Bewegungen der/des Anderen' bzw. um die ‚anderen' Bewegungen, gilt es diese so einzufangen bzw. zu arrangieren, dass sie einerseits der Ordnung des medialen Formats entsprechen, während sie andererseits – und hier wird die Orientierung der Darstellung an den

potenziellen Betrachtenden deutlich – habituellen Blicklogiken bzw. „langen Blicktradition[en]“ folgen (Fendl & Löffler 1993, S. 62), denen „eine kollektive Dimension inhärent“ ist (Schmidt 2012, S. 59).[1] Vor dem Hintergrund einer möglichen Kondensierung bzw. Verkürzung oder Komprimierung durch Mikroformate ist beim Erstellen des boomerangs demnach nicht nur zentral, dass sich das Erblickte bzw. die erblickte Bewegung für das kleine Format eignet. Gleichzeitig scheint sich eine Komprimierung bzw. eine Bezugnahme auf kollektive Blicklogiken auch insofern zu zeigen, als sich unter dem Hashtag #travelboomerang hauptsächlich stereotype und damit verkürzte Darstellungen ‚des Anderen‘ zeigen. So dienen beispielsweise Times Square, Brooklyn Bridge oder Versailles als Hintergrund für die eigene Bewegung – ‚andere‘ Bauwerke, die vermutlich in jedem Reiseführer als ‚sehens-wert‘[2] deklariert werden und symbolhaft für das jeweilige Reiseziel stehen (vgl. Fendl & Löffler 1993, S. 62).[3] Liegt der Fokus hingegen auf der ‚anderen‘ Bewegung bzw. auf Bewegungen ‚Anderer‘, häufen sich Aufnahmen von etwas sich selbst Bewegendem wie beispielsweise von Tieren wie Schildkröten oder Elefanten sowie von ‚anderen‘ Menschen, die beispielsweise einen Tanz aufführen. Indem boomerangs den gezeigten Inhalt auf diese Weise verkürzen, tragen sie zur Re-Produktion von Stereotypisierung und Entpersonalisierung der ‚anderen‘ Menschen bei (vgl. Habinger 2006, S. 243) und fügen sich ein in Prozesse der Komplexitätsreduktion, die sich aktuell in Anbetracht einer zunehmenden Komplexitätssteigerung durch „Globalisierung und Digitalisierung von Lebenswelten“ abzeichnen (Autsch & Öhlschläger 2014, S. 10; vgl. dazu auch Herdin & Luger 2001, S. 11; Nassehi 2016).[4] Denkt man an dieser Stelle mit Michel de Certeau Reisen und eine ‚Handhabbar-Machung‘ des Bereisten bzw. Erblickten zusammen, erhält auch das erblickte ‚Andere‘ vor dem Hintergrund (s)einer Komplexitätsreduktion im Zuge seiner (An)Ordnung im Mikroformat „eine handhabbare Seite“ (de Certeau 2005, S. 136) – sowohl für die Tourist_innen als auch für die Betrachtenden des boomerangs.

Die hier angestellten Überlegungen zur An- bzw. Unter-Ordnung des erblickten bzw. gefilmten ‚Anderen‘ lassen dieses als Objekt hervortreten, das dem Medium bzw. dessen Logik unterworfen wird (vgl. Habinger 2006, S. 241–243; Rövekamp 2004, S. 29). In der Frage, ob etwas ‚betrachtens-wert‘ und damit geeignet ist, als Motiv für den boomerang zu dienen, zeichnet sich ein Machtverhältnis ab, innerhalb dessen sich die Produzierenden des boomerangs das Erblickte aneignen. In seiner (An)Ordnung als Motiv wird es dem medialen Format und damit dessen medienspezifischen Logiken untergeordnet, wodurch es „verständlich, verstehbar und damit in gewissem Maße beherrschbar“ wird (Schäffter 1991, S. 15), ohne selbst Einfluss auf Darstellung und Interpretation nehmen oder zurückblicken zu können; ein hegemoniales Gefälle im einseitigen digitalen Blick (vgl. Jörissen 2020, S. 343), innerhalb dessen es – in Anlehnung an postkoloniale Kritiken – ‚keine Stimme hat‘ bzw. ‚kein Gehör findet‘ (vgl. dazu u. a. Spivak 1994).

„Won’t let you be till I get #Instagram worthy videos“ – Touristisches Reisen und (medialer) Konsum

Vor dem Hintergrund der vorangegangenen Überlegungen lässt sich konstatieren, dass das unter dem Hashtag #travelboomerang dargestellte ‚Andere‘ einer medienspezifischen Bewegungs- sowie Blick(an)ordnung untergeordnet wird. Auf Produktions- wie Rezeptionsseite[5] offenbart sich hier ein konsumatorisches Moment, das bereits Claude Lévi-Strauss anprangert (vgl. Lévi-Strauss 1984, zit. nach Ette 2001, S. 80) und Fragen nach (touristischem) Reisen und (medialem) Konsum in den Fokus rückt. Dabei offenbaren sich boomerangs in zweifacher Weise als Mikroformate des konsumatorischen Blickes: Einerseits lassen sich die Aneignung und (Unter)Ordnung des bereisten und erblickten ‚Anderen‘ als dessen Konsum lesen, der sich andererseits im Rahmen eines Mediums vollzieht, das durch (schnellen) Konsum geprägt ist (vgl. den Beitrag von Ferraro in diesem Band). Es gilt, die boomerangs derart zu arrangieren, dass diese von den potenziellen Rezipient_innen möglichst ‚leicht verdaulich‘ konsumiert werden können. Ein Kurztext, den die Instagram-Userin Mrunal Salvi neben dem von ihr hochgeladenen und mit dem Hashtag #travelboomerang versehenen boomerang platziert, legt dabei nahe, dass das bereiste und erblickte ‚Andere‘ in dieser Logik erst dann ‚betrachtens-wert‘ ist, wenn es dem spezifischen Medium entsprechend als ‚würdig‘ erscheint (vgl. Thurner 1992, S. 32). So schreibt sie einen fiktiven Dialog nieder, den sie mit der sich heftig bewegenden Schildkröte führt, die sie im Rahmen des boomerangs in der Hand hält und zu küssen andeutet: „Hey human, stop the torture and let me be! Me: Won’t let you be till I get #Instagram worthy videos“ (Salvi 2019).

‚Worthy' oder ‚würdig' zu sein erscheint im Kontext sozialer Medien vor allem daran bemessen zu werden, ob Foto, Video oder (Kurz-)Text das Potenzial haben, viele Klicks und noch eher Likes zu generieren – im Umkehrschluss also die spezifischen Blicklogiken und Blick(an)ordnungen des Mediums ansprechen bzw. ihnen entsprechen. Auf der Folie der ihnen eingeschriebenen Bewertungslogik (vgl. Mau 2018, S. 139–165) ‚leben' die sozialen Medien nicht nur „von vielfältigen Signalen der Rückmeldung und Bestätigung" (ebd., S. 158). In ihnen drückt sich zudem soziale Anerkennung über Klicks und Likes aus, wobei die „Wertigkeitscodierung […] eindeutig [ist]: je mehr, desto besser" (ebd., S. 159). Wie zuvor konstatiert, tritt ‚das Andere' demzufolge, wenn überhaupt, nur als ‚würdiges' Motiv der foto- oder videografischen Aneignung in Erscheinung, wodurch es entpersonalisiert und entindividualisiert wird. Ingrid Thurners Feststellung in Bezug auf touristische Fotografie (in einer Zeit vor der Digitalität) scheint damit auch in Bezug auf boomerangs Gültigkeit zu besitzen: „Die Welt wird im Hinblick auf die zu entstehenden Fotos gesehen und interpretiert." (Thurner 1992, S. 32). Die Produktion von boomerangs erweist sich hierdurch als hochgradig am potenziellen Publikum orientierte Praktik, die dem Interesse folgt, „bei anderen Eindruck zu machen" sowie „Aufmerksamkeit für Themen und sich selbst" zu erzeugen (Mau 2018, S. 158). Im fiktiven Dialog Salvis mit der Schildkröte drückt sich demnach auch eine Angst vor fehlender Anerkennung und Aufmerksamkeit aus, sollten das Motiv bzw. der boomerang nicht ‚Instagram worthy' sein; eine Angst, die laut Steffen Mau unter anderem daher rührt, dass diejenigen, deren „Botschaften ungehört verhallen", in der Logik sozialer Medien „nicht nur arm an Reputation" sind, sondern „in diesen Hierarchiewelten nicht existent" (ebd., S. 161).

Zurück und Vor – Fazit und Ausblick

Der Annahme folgend, dass Medien „die Welt aus[legen] und […] damit erst Wirklichkeiten" erschaffen (Moser 2019, S. 35), ‚Wirklichkeit' also nicht einfach übermitteln oder abbilden (vgl. Pietraß 2020, S. 332), zeichnet sich in Bezug auf die hier in den Blick genommenen boomerangs ab, dass ihnen im Kontext der Re-Produktion von Wissen und (sozialer) ‚Wirklichkeit' enorme Bedeutung zukommt. Vor dem Hintergrund, dass digitale Medien und mit ihnen digitale Mikroformate wie boomerangs als Teil von „Digitalisierungsprozesse[n] zu einer Rekonfiguration von Praktiken der Wahrnehmung und des Wissens bei[tragen]" (Jörissen 2020, S. 341), wird die Notwendigkeit deutlich, sich im Anschluss an postkoloniale Lesarten mit derartigen Prägungen des Blickens zu befassen. Die im boomerang inszenierten (An)Ordnungen ‚des Anderen' lassen sich als „ausgesprochen rigide Prinzipien der Ordnung" identifizieren, womit einerseits eine „Formung von Wahrnehmungsmöglichkeiten einhergeht" (ebd., S. 344), die andererseits das Bild ‚des Anderen' maßgeblich beeinflussen und gleichsam ‚naturalisieren'. Und wenn dieser Umstand auch bereits in Bezug auf Reiseliteratur vielfach postuliert wurde und wird (vgl. dazu Ette 2001, S. 43–45; Pratt [1992] 2008), so verleihen die andere mediale Darstellungsform der boomerangs, ihre Einbettung in die sozialen Medien und die damit verbundene enorme Ausweitung der Distribution(smöglichkeiten) dieser Erzeugung von ‚Wirklichkeit' doch nochmals besondere Qualität.

Diese speist sich zudem aus einem zeitlichen Paradoxon, denn während die boomerangs auf die gegenwärtige „Erfahrung von Zeitknappheit" im Zuge von Globalisierung und Digitalisierung reagieren bzw. ein „beschleunigtes Zeiterleben in ein entsprechendes Format bring[en]", lassen die Umstände, dass das Video in Dauerschleife und potenziell endlos abläuft sowie im Grunde immer wieder auf- und abrufbar ist, den boomerang im gleichen Moment als „kleines Archiv polychroner Zeiterfahrung" hervortreten (Autsch & Öhlschläger 2014, S. 10–11; vgl. dazu auch Moser 2019, S. 37). Ein_e Produzent_in eines boomerangs „nimmt eine Gelegenheit und verewigt sie" (Schulze 2020, S. 99), wobei sich an die hier dargelegten Überlegungen Fragen danach anschließen, welchen Einfluss das potenziell ewige Bewegen und Abrufen auf die Dargestellten das Dargestellte hat. Denn während Digitalisierung und Digitalität den nahezu ewigen und globalen Zugriff auf die am ‚Anderen' klebenden Texte und Bilder ermöglichen (vgl. ebd., S. 105), verleiht die mit ihnen einhergehende Zeitknappheit dem Mikroformat boomerang und dem sich in ihm Bewegenden doch auch den Anschein von Flüchtigkeit.

Anmerkungen

[1]In diesem Zusammenhang wird eine Unterscheidung zwischen Sehen und Blicken zentral, da der Blick „eine Einengung im Sehbereich der Augen vor[nimmt]“: „Im Sehbereich der Augen liegt vieles, über das diese wandern, es streifen; nur bei wenigem [!] wird verweilt, ihm Aufmerksamkeit geschenkt; weniges [!] wird fixiert, herausgehoben, “ (Naumann & Nitsche 2008, S. 21). Blicken kann demzufolge insofern als Praktik gelesen werden, als „[d]ie kulturellen, sozialen, politischen Prägungen, die das Subjekt formen, […] als Objektiv seines Sehens auf[treten]“ (ebd., S. 25). Innerhalb eines Sichtfeldes tritt demzufolge „nicht alles in den Blick“ (ebd., S. 23). Im boomerang vollzieht sich nun gewissermaßen eine Dopplung, werden in ihm doch Dinge sichtbar oder bleiben unsichtbar, die zuvor durch die Produzierenden (nicht) erblickt worden sind. Demnach wird das Blickfeld der Produzierenden zur Grundlage dessen, was die Rezipierenden ‚in den Blicken nehmen‘ bzw. ‚bereisen‘ können.

[2]An dieser Stelle danke ich Christoph Piske für die anregenden Gespräche zu Fragen nach ‚Sehens-, Liebens- und Lesens-Wertigkeiten‘.

[3]Ulrich Raulff hält in diesem Zusammenhang fest: „[…] allmählich wird die Welt von ihren Bildern wieder zugedeckt, an einigen Stellen sind die Schichten bereits turmhoch, andere Landstriche sind erst mäßig bedeckt. Eines Tages aber wird die ganze Welt mit einer Fototapete überzogen sein […]“ (Raulff 1983, nach Thurner 1992, S. 24).

[4]Norbert Meder stellt in diesem Kontext bereits 2006 in einem Kommentar zu einem Text Andreas Hepps eine Verbindung zwischen Medien und Globalisierung her, wobei er beide als miteinander wechselseitig verflochten identifiziert: „Ist die gegenwärtige Globalisierung überhaupt denkbar ohne die Neuen Medien? Es ist klar, dass die Alten Medien (Film, Musik, Zeitung, Video etc.) globalisiert werden, aber nur auf der Grundlage der Globalisierung, die von den Neuen Medien getragen wird.“ (Meder in Hepp 2006, S. 54).

[5]In Anbetracht der Kürze dieses Beitrages kann der Rezeptionsseite leider keine Aufmerksamkeit geschenkt Hier böte sich allerdings unmittelbares Potenzial zur Weiterarbeit.

Literatur

Autsch, S. & Öhlschläger, C. (2014). Das Kleine denken, schreiben, zeigen. Interdisziplinäre Perspektiven. In Dies. & L. Süwolto (Hrsg.), Kulturen des Kleinen. Mikroformate in Literatur, Kunst und Medien (S. 9–17). Paderborn: Wilhelm Fink.

De Certeau, M. (2005). Die See schreiben. In R. Stockhammer (Hrsg.), TopoGraphien der Moderne. Medien zur Repräsentation und Konstruktion von Räumen (S. 127–143). München: Wilhelm Fink. [Französischsprachige Erstausgabe: Écrire la mer, 1977].

Ette, O. (2001). Literatur in Bewegung. Raum und Dynamik grenzüberschreitenden Schreibens in Europa und Amerika. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

Fendl, E. & Löffler, K. (1993). „Man sieht nur, was man weiß“. Zur Wahrnehmungskultur in Reiseführern. In D. Kramer & R. Lutz (Hrsg.), Tourismus-Kultur: Kultur-Tourismus (S. 55–77). Münster & Hamburg: LIT-Verlag.

Habinger, G. (2006). Frauen reisen in die Fremde. Diskurse und Repräsentationen von reisenden Europäerinnen im 19. und beginnenden 20. Jahrhundert. Wien: Promedia.

Hepp, A. (2006). Cultural Studies, die Globalisierung der Medien und transkulturelle Medienpädagogik. In P. Mecheril & M. Witsch (Hrsg.), Cultural Studies und Pädagogik. Kritische Artikulationen (S. 51–76). Bielefeld: transcript.

Herdin, T. & Luger K. (2001). Der eroberte Horizont. Tourismus und interkulturelle Kommunikation. Aus Politik und Zeit-

geschichte, B 47, 6–19.

Jörissen, B. (2020). Ästhetische Bildung im Regime des Komputablen. Zeitschrift für Pädagogik, (3), 341–356.

Löw, M. (2001). Raumsoziologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Mau, S. (2018). Das metrische Wir. Über die Quantifizierung des Sozialen. Sonderausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung. Berlin: Suhrkamp.

Moser, H. (2019). Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im digitalen Zeitalter (6., überarb. und aktual. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Mörth, I. (2004). Fremdheit, wohldosiert. Tourismus als Kultur der kontrollierten Begegnung mit dem Fremden. TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften, 15, 2–29.

Müller, A. v. (2017). Zum Geleit: Der halbblinde Spiegel: Reise und Reisebericht im frühneuzeitlichen Europa. In A. Maczak, Eine Kutsche ist wie eine Straßendirne. Reisekultur im Alten Europa (S. 11–20). Paderborn: Ferdinand Schöningh.

Nassehi, A. (2016). „Die Diskussion ist vergiftet“. taz vom 31.12.2016. Abgerufen am 19.09.2020 von https://taz.de/Soziologe-ueber-Silvester-vor-einem-Jahr/!5369637

Naumann, M. & Nitsche, J. (2008). Blick. Feld. Aussicht. In M. Denana, J. Hillgärtner, E. Holling, A. Mezger, M. Naumann, J. Nitsche et al. (Hrsg.), Blick.Spiel.Feld. (S. 21–27). Würzburg: Königshausen & Neumann.

Pietraß, M. (2020). Bildung in Bewegung. Das neue Lernpotenzial digitaler Medien. In I. van Ackeren, H. Bremer, F. Kessl, H.-C. Koller, N. Pfaff, C. Rotter, E. D. Klein & U. Salaschek (Hrsg.), Bewegungen. Beiträge zum 26. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (S. 325–336). Opladen, Berlin & Toronto: Barbara Budrich.

Porombka, S. (2016). Sekundentricks. Über Vines, GIFS und das Gelingen von kleinen Formen im Web 2.0. In T. Meyer, J. Dick, P. Moormann & J. Ziegenbein (Hrsg.), where the magic happens. Bildung nach der Entgrenzung der Künste (S. 27–35). München: kopaed.

Pratt, M. L. (2008). Imperial Eyes. Travel Writing and Transculturation (2. Auflage). London & New York: Routledge.

Rövekamp, E. (2004). Das unheimliche Sehen – Das Unheimliche sehen. Zur Psychodynamik des Blicks. Dissertation. Freie Universität Berlin.

Salvi, M. (2019). Instagram-Post vom 26.07.2019. Abgerufen am 19.09.2020 von https:// www.instagram.com/p/B0YoVaIlVEd

Schmidt, F. (2012). Die impliziten Logiken des pädagogischen Blickes. Eine rekonstruktive Studie über Wahrnehmung im Kontext der Wohnungslosenhilfe. Wiesbaden: Springer.

Schäffter, O. (1991). Modi des Fremderlebens. Deutungsmuster im Umgang mit Fremdheit. In Ders. (Hrsg.), Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung (S. 11–42). Opladen: Westdeutscher Verlag.

Schulze, H. (2020). Ubiquitäre Literatur. Eine Partikelpoetik. Berlin: Matthes & Seitz.

Spivak, G. C. (1994). Can the Subaltern Speak? In P. Williams & L. Chrisman (Hrsg.), Colonial Discourse and Post-Colonial Theory. A Reader (S. 66–111). New York et al.: Harvester Wheatsheaf.

Thurner, I. (1992). Tourismus und Fotografie. Fotogeschichte, 12(44), 23–42.

#travelboomerang – Einmal hin und zurück im Mikroformat

Von Lilli Riettiens

Zusammenfassung

Die Foto- und Video-Sharing-Plattform Instagram und im Speziellen deren Mikroformat „Stories“, bietet die Möglichkeit, über Selbstdarstellungen sowie mannigfaltige andere Bilder, Memes und Videos zu kommunizieren und so zu einem Experimentierfeld für kulturelle und identitätspolitische Aushandlungsprozesse zu werden – seien diese mit dem eigenen Körper (wie bei Selfies, Face-Filtern oder Challenges) oder mit Fremd-Referenzen aktueller kultureller und politischer Entwicklungen (wie bei Memes) verbunden.

„Memes, online gaming, and social media have opened up boundless opportunities for expression, which entrenched within the data economy offer the opportunity for perpetual creation dissemination such that occasional moments of critical incisiveness might gain traction.” (Watson 2019, S. 2)

Das zeitgenössische Leben wird, mehr als je zuvor, von Bildern geprägt und die Formen des Zusammenlebens durch sie mitkonstituiert (Heywood & Sandywell 2017; Rimmele & Stiegler 2012; Schade & Wenk 2011). Die Digitalisierung beeinflusst den Inhalt sowie die Verbreitung von Bildern und verstärkt deren Wirkkraft (Grünwald 2017). Bilddaten verbreiten sich simultan auf der ganzen Welt und erfahren durch neue mobile Geräte eine Erweiterung im Realraum. Smartphones[2] tragen die Bilder an jeden gewünschten Ort; Cloud-Computing stellt die Bilder in Echtzeit für jedes Gerät bereit; Apps erweitern die Möglichkeiten der Aufnahme und Bearbeitung der Bilder. Die Bilder werden nomadisch und versammeln weitere Bilder um sich, die das Potenzial in sich tragen, vorher nicht Sichtbares (beispielsweise eine politische oder ethnische Minderheit) erscheinen zu lassen (Grünwald 2013). Dieser Text verhandelt mit Instagram-Stories ein Mikroformat, das innerhalb einer der beliebtesten Apps– Instagram[3] – zur Verbreitung und Kommunikation über und mit Bildern implementiert ist und aufgrund seiner medialen Struktur und Formatierung Bilder generiert, die sich von denen vergleichbarer Apps, wie Snapchat, Twitter oder TikTok, aber auch von den Bildern, die sonst auf Instagram gepostet werden, unterscheidet. Anhand einiger Beispiele soll gezeigt werden, wie dieses Mikroformat so ein Experimentierfeld für verschiedene kulturelle Aushandlungsprozesse begünstigt.

Instagram

Das fotobasierte soziale Netzwerk[4] Instagram, welches mit über einer Milliarde[5] registrierter Nutzer*innen eines der „bedeutendsten kulturellen Produktionsmittel der Gegenwart“ (Gunkel 2018, S. 36) ist, ging 2010 online. Es handelt sich dabei um eine amerikanische Foto- und Video-Sharing-Plattform, auf der User*innen Bildmaterial hochladen und andere Bilder liken und/oder kommentieren können. Die Bilder können mit Schlagworten (Hashtags) versehen werden, um für andere Unser*innen besser auffindbar zu sein. Bildthemen wie Hobbys, Urlaubsziele, Ausgeh-Locations und Selfies, werden fotografisch in Szene gesetzt und mit den passenden Hashtags versehen. Genauso können User*innen Hashtags folgen, um zu bestimmten Themenbereichen Bilder angezeigt zu bekommen. Hashtag-Trends variieren und machen sichtbar, welche Bildthemen den User*innen besonders wichtig sind oder was von der jeweiligen User*in für wichtig gehalten wird, um die eigenen Bilder prominenter zu platzieren.[6] Der Bereich, in dem der/die User*in seine/ihre eigenen Bilder sehen kann, nennt sich *Feed*, während der Bereich, in dem die Bilder aller anderen zu sehen sind, *Timeline* genannt wird. Dabei dient der eigene Feed dazu, ein eher konsistentes Profil zu generieren, auf das immer wieder zurückgegriffen wird und bei dem häufig eine Art kuratorisches Konzept erkennbar wird, nach dem die

Bilder ausgewählt und zusammengestellt werden. 2017 wurde Instagram um das Format Instagram-Stories erweitert.[7] Während der Feed, der statisch, linear und immer wieder aufrufbar ist, bleiben bei den Stories die Posts nur 24 Stunden sichtbar.[8] Aufgrund dieser medienstrukturellen Disposition wird anderer Inhalt generiert: Weil die Stories nicht auf eine längerfristige Präsentation der Bilder angelegt sind, wird häufiger, unterschiedlicher und ästhetisch inkonsistenter gepostet. Die Filter- sowie Video--Funktionen[9], die nur in den Stories nutzbar sind, unterstützen diese Spontanität. In Instagram-Stories versammeln sich flüchtige Bilder und spontane Aufnahmen; virale Bildphänomene wie Memes[10] werden weitergetragen. Während Bilder im Feed geliket oder kommentiert werden, ist in den Stories auch die Reaktion der Rezipient*innen auf Spontaneität angelegt: In einer Art Schnellkommentarfunktion kann über sechs verschiedene Emojis reagiert werden. Des Weiteren kann mit einem Bild oder einer Nachricht direkt geantwortet werden. Die medienstrukturellen Eigenheiten der Stories sind Grundlage für diese Versammlung der Bilder, ihre Verbreitung und die Möglichkeit, darüber in Kontakt zu treten.

Ebenfalls führen diese Bilder ein Eigenleben, unabhängig von jedem Künstler*innen-Subjekt oder anderen Urheber*innen, von manifesten Interpretationen und von jeglicher Kontrolle über die Verbreitung dieser Bilder. Es handelt sich hierbei um medial verbreitete Bilder, deren Schattendasein zu unbestimmten Zeitpunkten unterbrochen wird und deren Potenzial gerade darin liegt, sich nicht inhaltlich, sondern strukturell zu wiederholen. Durch einen noch nicht festgelegten Inhalt entsteht ein Raum, der beweglich genug ist, Inhalt immer wieder neu zu generieren und etwas vorher Nicht-Sichtbares erscheinen zu lassen. Die Versammlung findet statt, wenn durch ein medial verbreitetes Bild neue Bilder generiert werden. Dabei bleibt die Struktur der Verbreitung gleich. D.h., dass sich diese Bilder nicht nur über einen variablen Bildinhalt definieren, sondern formal immer schon einen Schritt weiter sind – über Bildrelationen und -prozesse, die bei jedem Bild, gleich welchen Inhalts, stattfinden können. Aktuelle Beispiele, wie Zodiac Memes, Meter Filter, Corona Memes, Challenges und das Reposten von TikTok-Clips zeigen, wie App-immanente, technische Vorgaben zu neuen Möglichkeiten der Bildproduktion führen, die Brüche erzeugen und dabei den Zeigefingern der Medien-Apokalyptiker*innen und ihren Narzissmus-Vorwürfen eine unüberschaubare Menge an Selfies, Memes und Netz-Absurditäten entgegenstellen.

Selfies

“The experience that we have of our lives from within, the story we tell ourselves about ourselves in order to account for what we are doing, is fundamentally a lie – the truth lies outside, in what we do.” (Žižek 2008, S. 47)

Nach Žižek ist das eigene Selbstbild eine Lüge. In unserem konkreten Handeln allein zeige sich, wer wir in Wahrheit sind. Bezogen auf die Bilder in den Instagram-Stories stehen die Bildproduzent*innen in einem unscharfen Zwischenbereich von Lüge und Wahrheit. Es steckt genauso viel/wenig Wahrheit in unseren Bildern, wie in den Narrativen, über die wir uns definieren. Eine Auswahl wird immer getroffen: beim Selfie oder anderen Fotografien, bei denen immer ein Ausschnitt gewählt wird, ebenso wie bei erzählten oder aufgeschriebenen persönlichen Erinnerungen[11]. Allerdings artikulieren die digitalen Bilder keinen Wahrheitsanspruch. Jede/r Bildproduzent*in weiß das. Das bedeutet nicht, dass der Einfluss der gezeigten Bilder und Körper nicht normierend und exkludierend wirkt, jedoch passiert dies im Bewusstsein, dass Social Media ein Spielfeld der Identitäten und des Ausprobierens ist – vom Selbst, von Ästhetiken, von Politik, von Humor. Nur die ältere Generation, die von jüngeren User*innen mit „OK Boomer!“[12] in die digitale Steinzeit transferiert wird, unterstellt einen Wahrheitsgehalt bei den Posts. Dieser Authentizitätsimperativ verflüchtigt sich aber bei den hier genannten Bilderzeugnissen und es zeigt sich, dass es gerade die falschen Erwartungen und angewendeten Parameter sind, die zu Fehlschlüssen bei den Bewertungen neuerer Internetphänomene führen, wie im Folgenden am Beispiel des Selfies erläutert werden soll.

Selfies – welche immer gleichzeitig auf eine technische Entwicklung (Frontkamera), medienstrukturell geprägte Inhalte (z.B. Instagram-Stories), persönliche Rollenspiele (z. B. Mimiken oder Filter) und das Transzendieren von privatem und öffentlichem Raum verweisen – machen einen großen Teil der Bilder aus, die in Instagram-Stories gepostet werden. Wolfgang Ullrich stellt fest, dass Selfies vorgeworfen werde, dass sie „schrille Symptome eines narzisstischen Zeitalters“ (Ullrich 2019, S. 6) seien.

Diskurse zu Selfies und Selbstdarstellungen im Zeitalter der Digitalität finden häufig verkürzt statt.[13] Neben dem Narzissmusvorwurf findet ein weiteres *Framing* statt, welches ebenfalls zur Unmöglichkeit beiträgt, eine angemessene bildwissenschaftliche Einschätzung von Selfies vorzunehmen, indem die herangezogenen Referenzen zeitgenössischen Kommunikations- und Darstellungspraxen nicht gerecht werden. Wenn beispielsweise Selfies mit Selbstporträts verglichen werden, ignoriert man grundlegende Unterschiede zwischen spontanen Bildern als Kommunikationsanlass und aufwendig inszenierten und kanonisierten Bildern einer vermeintlichen Hochkultur. Dieser Vergleich dient dazu, die „gesellschaftspolitischen Dimensionen der digitalen Bildkultur“ (Ullrich 2019, S.59) zu trivialisieren und das demokratisierende Potenzial einer Bildpraxis, die fast jeder zugänglich ist, abzuwerten.

Selfies sind aber eine nicht mehr wegzudenkende Form der Kommunikation und des Ausprobierens von Identitäten, welche vielmehr durch die technische Entwicklung der Frontkamera bei Smartphones einen Schub bekam, als durch einen vermeintlich explosionsartigen Anstieg an Narzisst*innen. Das Selfie hat dabei viel weniger mit dem „self“ zu tun, als mit einem Ausprobieren verschiedener Rollen und Inszenierungen innerhalb ganz eigener Darstellungskonventionen. Somit verweisen Selfies weniger auf authentische Gemütszustände oder Selbstkonzepte, sondern folgen „einem Bedürfnis nach Typisierung, Überzeichnung und Pointierung“ (Ullrich 2019, S. 26).

Der Kunstkritiker Jerry Saltz sieht im Selfie ein neues, visuelles Genre, welches einer eigenen formalen Logik folge. Auch wenn er Selfies in einen referenziellen Rahmen der Kunstgeschichte einzubetten versucht, erkennt er eine „starke, augenblicklich ironische Interaktion von großer Intensität, Intimität und Eigenartigkeit“ (Saltz 2015, S. 32). Selfies sind eine zeitgenössische Kulturpraxis, die über nicht-authentische[14] Inszenierungen einen Kommunikationsanlass bieten. Ebenso werden Bilder und Selbstdarstellungen anderer geteilt und weitergeleitet.

E-Girls und E-Boys

Ein Aushandlungsfeld von Stilen und Identitäten bieten immer schon Jugend- und Subkulturen, welche innerhalb von bestimmten Darstellungsparametern operieren und so ihre Zuordnung sicherstellen.[15] Ebendiese jugendkulturellen Stile entstehen heute häufig online und verbleiben oftmals auch dort. Technisch-strukturelle Veränderungen digitalisierter Lebensräume erzeugen andere Formen der jugendlichen Auseinandersetzung mit sich selbst, dem ‚Mainstream‘ und einem Abgrenzungswunsch von ebendiesem. Diese Stile artikulieren sich weniger über klare Abgrenzungen, als vielmehr über das Ausloten von Zwischenräumen und das Erzeugen von Ambivalenzen und sie sind oft nur von begrenzter Dauer. So ist auch das folgende Beispiel, das verwendet werden soll, um aktuelle Stile und Ästhetiken der Selbstdarstellungen auf Instagram zu beschreiben, bereits bei Erscheinen dieses Textes überholt und outdated. Unter der Beschreibung „E-Girls und E-Boys“ – das „e“ steht für „electronic“ – versteht man eine Kategorisierung von jungen Menschen, die *Bricolagen* aus diversen subkulturellen Stilen bilden, sich damit auf Instagram präsentieren[16]und deren Hauptmerkmal zu sein scheint: „that they are hot and online“ (Jennings 2019). Die zusammengestellten Stilmerkmale rekrutieren sich aus Skate-Kultur, Hip-Hop, Anime, Cosplay, BDSM und Goth, mit bunten Haaren, Ketten und Chokern. Während man Skater oder Goths auf der Straße oder bei Konzerten antreffen kann, finden E-Girls und E-Boys online statt. Ähnlich wie bei der Bezeichnung „Hipster“ wird sie als Selbstbezeichnung nur noch ironisch gebrochen und sarkastisch verwendet, d. h. es wird, wie in neueren Jugendkulturen durchaus üblich, sich einer konkreten Kategorisierung zu entziehen, weil man weiß, dass jede Kategorie in dem Moment der Bezeichnung kommerziell verwertbar und damit zu einem Klischee wird (Baudrillard 2008). Dabei verweisen gerade diese Online-Stile weniger auf ein konsistentes Weltbild, wie bei Punks beispielsweise, sondern sind viel mehr als ein Ausprobieren verschiedener Selbstdarstellungsmöglichkeiten zu verstehen und, wie bei Selfies bereits analysiert, sind sie nicht an einen Authentizitätsimperativ gebunden. Waren die Stile von Online-Jugendkulturen wie E-Girls und E-Boys zuerst überwiegend eine Art Fashion Statement aus den Jugendzimmern, so haben sich diese politisiert – eine Veränderung, die für Instagram-User*innen insgesamt zu beschreiben sei (Stewart & Ghaffary 2020).

Politisierung

„For most people, Instagram has long been the social media platform where they escape from the real world — and politics — to share a curated highlight reel of their lives. But recently, that's changed. It's become an increasingly political platform amid Black Lives Matter protests across the country. In fact, Instagram has become the platform for widespread conversations in the United States about racism and how to combat it." (Ebd.)

In Zeiten von #metoo und Black Lives Matter werden die Räume, die vorher überwiegend der Verbreitung von Selbstinszenierungen und humorvollen Memes eingenommen wurden, zunehmend politisiert. Hierbei zeigt sich der medienstrukturelle Vorteil von Instagram-Stories: Weil sie nicht auf eine längerfristige Präsentation der Bilder angelegt sind, sind die Stories immer aktuell. Dies kommt gerade politischen Themen zugute, die, im Vergleich zu Twitterfeeds, häufig ästhetisch ansprechend, genauer gesagt, innerhalb von Darstellungsparadigmen operieren, die sofort erkenn- und verstehbar sind. Festzustellen ist, dass politische Inhalte ästhetisch auf der gleichen Stufe mit anderen Bildphänomenen stehen und somit einem unerschöpflichen Referenzbereich angehören, aus dem geschöpft werden kann, um dabei an etablierte Sehgewohnheiten zu appellieren und den jeweiligen Inhalt zu verbreiten: „Its visual focus is particularly useful for sharing complex ideas more simply, via images rather than blocks of text" (ebd.). Die Möglichkeit, die Posts anderer in seiner eigenen Instagram-Story weiterzuverbreiten, bietet eine zusätzliche Erleichterung, politische Inhalte zugänglich zu machen. Interessant ist hierbei, dass auch bekannte E-Girls, wie @eve.frsr, in ihren Stories politische Inhalte posten, während der eigene Feed ausschließlich aus Selfies besteht. Dies verweist nochmals darauf, dass im Mikroformat „Instagram-Stories", aufgrund seiner medienstrukturellen und formalen Beschaffenheit eine völlig andere Art von Posts generiert wird als im Instagram-Feed oder auf anderen Social Media-Plattformen.

Abschließend kann gesagt werden, dass Instagram-Stories somit nicht alleine der Kommunikation über die Darstellung des eigenen Körpers dienen, sondern auch mannigfaltige Kommunikationsanlässe zu anderen Themen (über Bilder, Videos und Memes) ermöglichen. Dabei werden auch (Bewegt-)Bilder anderer Plattformen wie Twitter oder TikTok geteilt und machen das Mikroformat „Instagram-Stories" so zu einem Experimentierfeld für kulturelle Aushandlungsprozesse, seien diese mit dem eigenen Körper (wie bei Selfies, Facefiltern oder Challenges) oder mit Fremd-Referenzen aktueller kultureller und politischer Entwicklungen (wie bei Memes) verbunden.

Anmerkungen

[1] Maßgeblich beeinflusst und unterstützt wurden die hier präsentierten Analysen von den Studierenden meines Semiars „Medien.Bilder.Gespenster" an der HBK Braunschweig, meinen Schüler*innen an Leibnizschule Offenbach sowie all den jungen Menschen, die an der Instagram-Umfrage auf @dr_j_green teilgenommen haben.

[2] „Insbesondere die Markteinführung des ersten iPhones von Apple im Jahr 2007 markiert hierbei den Beginn eines weltweiten Siegeszuges dieser neuen Generation mobiler Endgeräte, die angesichts ihrer Multifunktionalität und Konnektivität innerhalb weniger Jahre zu einem unverzichtbaren Gegenstand des alltäglichen Gebrauches avanciert sind." (Gunkel 2018, S. 18)

[3]https://www.toptenreviews-online.com/social-media-sites/

[4] Unter dem Sammelbegriff „Soziales Netzwerk" kann jener Teilbereich internetbasierter Anwendungen verstanden werden, die auf dem ideologischen wie technologischen Fundament des Web 0 beruhen und demnach Herstellung wie Austausch nutzergenerierter Inhalte ermöglichen (Gunkel 2018).

[5]https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users

[6]Die meistverwendeten Hashtags, seit Bestehen von Instagram, sind #love #photooftheday und #fashion, während die meistverwendeten Hashtags 2020 #gym, #summer und #workout sind (Chacon 2020).

[7]Als der Facebook-Konzern (zu dem auch Instagram gehört) scheitert, die App SNAPCHAT zu kaufen, kopiert dieser Eigenschaften von SNAPCHAT, wie die Stories und optimiert sie.

[8]Diese Funktion wurde zuerst von Snapchat eingeführt.

[9]Die ursprünglichen Instagramfilter orientierten sich an der Snapchat-Vorlage, wurden jedoch bald erweitert. Die Videofunktion animiert dazu, spontane Clips aufzunehmen. Ein Clip ist 15 Sekunden lang. Man kann jedoch ein Video aufnehmen, das maximal 60 Sekunden lang ist und sich über 4 Clips Seit Mai 2018 ermöglicht Instagram die Nutzung von AR-Filtern. Diese ermöglichen es, Fotos und Videos mit virtuellen Masken und Effekten zu versehen. Anfangs hatten nur ausgewählte Programmierer*innen und Künstler*innen die Möglichkeit, Filter dieser Art zu erstellen. Seit August 2019 ist die Anwendung allen Nutzer*innen zugänglich. Dadurch erweiterten sich die Filter auch um subkulturelle Filter.

[10]„Der Begriff ‚Meme' wurde 1976 von Richard Dawkins als Bezeichnung für kleine kulturelle Einheiten gewählt, die durch Kopie oder Imitation von Mensch zu Mensch weitergegeben Während sich die akademische Welt uneins über den Begriff und seine Relevanz war und ist, wurde der Begriff von Internetnutzer*innen aufgegriffen, um (meist humoristische) Bilder, Videos und Textstücke zu beschreiben, die als immer neue Variationen einer Kopie im Internet sehr schnell Verbreitung finden." (Grünwald 2020, S. 16).

[11]Abrufinduziertes Vergessen. https://www.uni-magdeburg.de/-p-14657.html

[12]„Boomer" ist die Abkürzung für Menschen die als Baby Boomer bezeichnet werden und zwischen 1946–65 in den USA geboren Einige dieser Baby Boomer standen in den 1960er und 1970er Jahren in Bezug zu Jugend- und Gegenkulturen und fingen in den 2010er Jahren an, die jüngeren Generationen, in paternalistischer Manier, für diverse Missstände verantwortlich zu machen. Der Ausdruck „OK Boomer" entstand 2019 als Online-Reaktion jüngerer Generationen, auf eben diesen Paternalismus und signalisiert, dass die ältere Generation (beispielsweise in den Kommentarspalten von social media) rückwärtsgewandt und verständnislos agiert. Letztendlich ist „OK Boomer" synonym mit „Ihr (Alten) kapiert es einfach nicht!" zu verstehen. Vgl. https://www.dictionary.com/e/slang/ok-boomer

[13]z.B. Swansea University. „Excessive posting of selfies is associated with increase in narcissism." ScienceDaily. ScienceDaily, 9 November 2018. www.sciencedaily.com/releases/2018/11/181109112655.htm; Geoff McMaster. „Selfies the 'perfect tool' for narcissists, says researcher", 21. Oktober 2019. https://medicalxpress.com/news/2019-10-selfies-tool-narcissists.html; Robert Preidt. „Yet Another Selfie? You Might Be a Narcissist", 14. November 2018. https://www.webmd.com/mental-health/news/20181114/yet-another-selfie-you-might-be-a-narcissist.

[14]Das Nicht-Authentische verstehe ich hier als eine Art Befreiungsschlag, weder Innerlichkeit noch ein festgelegtes Subjekt in den Vordergrund zu stellen, sondern das Experimentierfeld des eigenen Gesichts und Körpers zu begrüßen.

[15]„Subkulturen – verstanden als affirmative Abkehr vom etablierten Kulturmainstream – beschreiben schon immer die Idealvorstellung einer klaren Trennlinie von „wir" und „denen". Eine weitere Idealvorstellung ist, dass diese Trennlinie durch Formen ästhetischer Repräsentation erkennbar wird, wobei letztendlich die Hoffnung besteht, dass diese Außenseiter*innenposition und deren stilistischer Ausdruck einer bestimmten Sicht der Dinge/Welt entspringt, sprich: authentisch ist. Subkulturen werden zudem oft mit der Idee von rebellischen Jugendlichen verknüpft, für welche die Abgrenzungsbewegung einen entwicklungspsychologisch wichtigen Schritt darstellt." (Grünwald 2020)

[16]E-girls und E-boys sind einer der ersten TikTok-Trends. Auf TikTok wurde die Stil- und Video-Ästhetik entwickelt und diese Videos dann über Instagram weiterverbreitet.

Literatur

Baudrillard, J. (2008). Warum ist nicht alles schon verschwunden? Berlin: Matthes & Seitz. Chacon, B. (2020). The Ultimate Guide to Instagram Hashtags in 2020. Abgerufen am 03.11.2020 von https://later.com/blog/ultimate-guide-to-using-instagram-hashtags/#best

Grünwald, J. (2020). Ästhetik der Subkulturen. In H. Friese et al. (Hrsg.), Handbuch soziale Praktiken und digitale Alltagswelten. Wiesbaden: Springer.

Grünwald, J. (2020). Der Zweifel als produktive Möglichkeit in der kunstpädagogischen Praxis (Kunstpädagogische Positionen 49). Hamburg: Universitätsdruckerei.

Grünwald, J. (2013). Die Versammlung der Bilder. In S. Burkhart, T. Meyer & M. Urlaß (Hrsg.), Convention. Ergebnisse und Anregungen (S. 81-89) München: kopaed.

Grünwald, J. (2017). Internetphänomene. In: K. Bering, R. Niehoff & K. Pauls (Hrsg.), Lexikon der Kunstpädagogik (S. 239-242). Oberhausen: Athena.

Gunkel, K. (2018). Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt. Bielefeld: transcript.

Heywood, I. & Sandywell, B. (2017). The Handbook of Visual Culture. London: Bloomsbury.

Jennings, R. (2019). E-girls and E-boys, explained. Abgerufen am 01.08.2019 von https://www.vox.com/the-goods/2019/8/1/20748707/egirl-definition-what-is-an-eboy

Rimmele, M. & Stiegler, B. (2012). Visuelle Kulturen / Visual Culture. Zur Einführung. Hamburg: Junius.

Saltz, J. (2015). Kunst am ausgestreckten Arm. Eine Geschichte des Selfies. In A. Bieber (Hrsg.), EGO UPDATE (S. 30–48). Düsseldorf: NRW Forum.

Schade, S. & Wenk, S. (2011). Studien zur visuellen Kultur. Bielefeld: transcript.

Stewart, E. & Ghaffary, S. (2020). It's not just your feed. Political content has taken over Instagram. Abgerufen am 24.06.2020 von https://www.vox.com/recode/2020/6/24/21300631/instagram-black-lives-matter-politics-blackout-tuesday

Ullrich, W. (2019). Selfies. Berlin: Wagenbach.

Watson, M. (2019). Can the Left Learn to Meme? Adorno, Video Gaming and Stranger Things. Hampshire: Zero Books.

Žižek, S. (2008). Violence. Six Sideways Reflections. New York: Picador.

#travelboomerang – Einmal hin und zurück im Mikroformat

Von Lilli Riettiens

In der Kunst, wie in der Kunstpädagogik, ereignen sich permanent Verschiebungen an Methoden und Material. Indem das

alltägliche (Medien-)Handeln der Schüler*innen die Fachkonventionen *per* Selfie und *mit* Instagram-Stories wie selbstverständlich aufwirbelt und das Fach auf besondere Weise herausgefordert ist, scheint nun zusätzlich Bewegung ins Spiel gekommen zu sein. Nicht nur beeinflusst unser Medienhandeln, was wir wissen, auch unser[1] *Bildhandeln* lässt Rückschlüsse auf unser Medienhandeln zu. Es bestimmt unseren Zugriff auf die *Welt*[2] ganz wesentlich.

Zum Beispiel: *Was sehen Sie auf dem untenstehenden Bild (Abb. 1)? Welchen Namen trägt die Figur mit der Perlenkette? Und wie heißen ihre Schwestern? Wie heißt die blauviolette Pflanze im Hintergrund? Was hat diese Zeichentrickfigur mit der blauen Blüte zu tun?* Je nachdem, welcher Generation Sie angehören, welche Medien Sie nutzen, werden Sie verschiedene Antworten geben können – zum Beispiel wüssten Sie, dass der Zusammenhang zwischen Pflanze und Zeichentrickfigur jene blauen Haare sind, die durch die Pflanze farblich passend ersetzt wurden. Ähnlich einem *draw a man test*, der zeigen soll, wie Sie Umwelt beobachten und wiedergeben können, erfahren Sie mit diesem Bild hier indirekt, welche Sehgewohnheiten Sie pflegen und welchen Bildern sie routiniert begegnen[3]. Entscheidend ist an dieser Stelle, dass sich *der* Bildkanon der öffentlichen Bilder[4] so diversifiziert hat, dass es *den* Kanon nicht mehr gibt oder geben kann, sondern wir von Bildwelten im Plural ausgehen müssen. Was bedeutet das für die Kunstpädagogik und den Kunstunterricht?

#Gegenwart in der Hosentasche

Nicht nur der Kanon der Bilder ist im Plural zu denken, sondern auch deren Produktionsbedingungen. Fast jedes Smartphone verfügt über eine Kamera und besitzt damit eine Dunkelkammer in Hosentaschengröße. Auch die Werkzeuge zur Bearbeitung dieser Bilder sind im selben Gerät verfügbar. Veröffentlichen, Bearbeiten und nochmals Veröffentlichen geht aus der Handbewegung heraus und synchron auf unterschiedlichsten Plattformen. Die unter anderem dabei im Überfluss entstehenden „poor images" (Steyerl 2009), Bilder von geringer Auflösung und Qualität, kursieren durch die globalen digitalen Bildwelten, behaupten sich und verschwinden auch wieder.[5]
Ein weiterer Anlass zur Überlegung ist das Beispiel der Kinderzeichnung im Foto daneben (Abb. 2). Hier wird die Zeichnung im direktesten Sinne ernst genommen und in eine fotorealistische Inszenierung übersetzt – vergleichbar mit der Logik eines *faceswap* via Instagram[6]. Auf diese Weise in Realität umgesetzt, schließt sich Zeichnung auf seltsame, aber anschauliche Weise mit der physischen Gegenwart kurz.

Die zwei illustrierenden Beispiele[7] stehen exemplarisch für eine Bandbreite gegenwärtiger Alltagspraktiken mit/über/zwischen Bildern. Für die Konzeption von Kunstunterricht sind sie dann relevant, wenn dieser nicht nur Wissen tradierend, sondern als Bildung *generierend*[8], also im Sinne einer Transformation, wirken soll. Es gilt als nahezu unbestritten, dass das Gegenwärtige Ausgangspunkt und Potential für Lernerfahrungen ist[9]. Die wirklichen Anforderungen dieser Gegenwart lassen sich nun allerdings schwer umfassend beschreiben[10]. Die Gegenwart bildet per Definition zugleich – also *en même temps* – grundlegende Bedingung *von* Kunstpädagogik und *den* Gegenstand der Kunst selbst ab. Da wird es immer komplex, oder gar kompliziert. Das hat die Gegenwart so an sich; sie bleibt unsortiert. Dabei lässt sich eine gewisse Überforderung nicht vermeiden, wenn man die dann tatsächlich ernst nimmt (Meyer 2013: 12).

Im Folgenden möchten wir genau das tun: *Die Gegenwart* noch einmal ganz und gar *ernst nehmen* und von den stark gewandelten Bedingungen für die Kunstpädagogik (und die kulturelle Medienbildung) ausgehen. Sowie, dem folgend, Konsequenzen für Praxis und Theorie der Bildung in den Künsten der Gegenwart skizzieren. Dabei gehen wir von einem *Internet State of Mind* aus – und legen einen *radikal bewussten* Umgang mit dieser grundlegenden Verschiebung der Logik (gerade für Kunstpädagog*innen) nahe. Denn ein *Internet State of Mind* (Carson Chan nach Müller 2011), als einen grundsätzlich veränderten Blick auf die Welt verstanden[11], führt automatisch zu einer anderen Wahrnehmung von Welt. Dieser gilt es nun eben auch fachlich nachzugehen –

flipped oder per *„shift“* (Kolb 2015).

Das ‚Internet' geht selbstredend mit Praktiken einher: Praktiken, die nicht nur die Gegenwart der Praktizierenden, sondern auch der Rezipient*innen und Teilnehmenden, die wiederum selbst zu Handelnden (oder Prosumer*innen, vgl. Toffler 1980) werden können. Diese *swipe'n-scroll*-Mentalität ist alltäglich überpräsent und dennoch in Bildungskontexten noch nicht sonderlich wertgeschätzt – schon, weil sie eine andere Aufmerksamkeit erfordert und befördert. Ihre Logik für den Kunstunterricht – abseits von schnell verfügbarem Werkzeug (BYOD) und Medieneinsatz (Whiteboard) – ist gegenwärtig offenbar noch schwer zu greifen. Dabei bietet es sich gerade aus fachlicher Sicht an, auch systematische Untersuchungen am Potential dieser Praktiken anzugehen. Dies ginge aber auch mit einer Veränderung der Verhältnisse einher[12].
Zum Beispiel in der Wahrnehmung und der chronologischen Ordnung: Ein Suchergebnis im Internet mit der Suchmaschine Google strukturiert zwar Ergebnisse, ordnet diese aber nicht auf einer Zeitleiste an. Es gibt andere Kriterien, wie etwa Relevanz, Klickzahlen, Aufmerksamkeiten – letztlich Komponenten eines Algorithmus, die das Firmengeheimnis der Suchmaschinenbetreiber und deshalb für uns nicht nachvollziehbar sind. Mit anderen Worten: Zwischen Ereignissen von vor 400 Jahren und vor vier Sekunden liegt manchmal nur ein Listenplatz (vgl. Seemann 2012). Den bisherigen Ordnungssystemen wird so eine weitere Kategorie hinzugefügt: die des Suchmaschinen-Listenplatzes. Eine gänzlich neue Perspektive auf Archive. Fragen bilden den Zugang zum Wissen und letztlich: zur Bildung (vgl. Espinet 2009). Fragt man Google, was Kunstunterricht ist, gibt es die folgende Antwort, die zugleich auch eine Frage ist (Abb. 3).

#postdigital und postinternet

Spricht man nun in Bezug auf Kunst und Kunstpädagogik von *postdigital* (oder *postinternet*) (vgl. Höller 2016; Vierkant 2010; Olson 2011), so wie wir es u.a. mit diesem Beitrag tun, scheint sich geradezu unweigerlich eine Fortschrittsbehauptung mit zu kommunizieren. Diese scheint etwas Vorgängiges (hier: das Digitale) durch etwas Neues (hier: das Postdigitale) ablösen zu wollen. Das ist aber nur die Hälfte der *message* die hier zur Diskussion steht, und darüber hinaus ein recht unproduktives Missverständnis. Denn die Vorsilbe *post* kann weit mehr als eine bloße Markierung des Überwindens sein. Folgt man dem französischen Soziologen Jean-François Lyotard in seiner Beschreibung der *condition postmoderne* (vgl. Schütze 2020: 12; Lyotard 1993: 33-48), zeigt sich ein wesentlich komplexeres Bild: Mit dem *post* soll etwas markiert werden, das als wechselseitige strukturelle Durchdringung der Gegenwart verstanden werden kann. Diese Durchdringung lässt uns nun nicht, wie man annehmen könnte, zeitlich *nach* dem Internet landen oder dieses gar überwinden. Das *post* täuscht uns per Gewohnheit darüber hinweg, dass wir mit größter Selbstverständlichkeit bereits durchgreifend eingebettet (*embedded*) sind in einen gegenwärtigen, historischen und ahistorischen Zustand, ohne diesen noch als solchen zu reflektieren. Das *post* markiert etwas, das wir nicht mehr bemerken. Konkret für diese Gegenwart bedeutet das: wenn sich Informationen permanent in Zahlenkolonnen *auflösen*[13] können wir diesem Zustand nur noch entgehen, indem wir diese wieder anderweitig erfahrbar machen, und u.U. Suchergebnisse wieder in ihre chronologische Reihenfolge zurück sortieren oder eigene Kategorien finden. Carsten Höller formuliert in einem Beitrag zum Begriff *postdigital* treffend: „[E]s lässt sich schlichtweg nicht mehr hinter den ‚status digitalis' zurückgehen“ (Höller 2016: 68). Und genau das ist ja das Problem. Mit Verweis auf Florian Cramer spricht Höller gar von einem „post-digitalen Zustand“, in den sich die gegenwärtigen Alltagspraxen eingebettet sehen müssten (vgl. Cramer 2013; 2014). In diesem Erleben ist ein „unverstellter prädigitaler Zustand“ nicht mehr greifbar oder je wiederzuerlangen (ebd.). Höller schlägt also vor, diese Verquickungen besser an Beispielen zu untersuchen. Ein Ansatz, den auch wir teilen und dessen phänomenologischen und praxistheoretischen Kern wir gerade für die Kunstpädagogik untersuchen möchten (vgl. Schütze 2020). Versuchen wir es also auch hier mit einem weiteren Beispiel. Seit dem allerersten iPhone (2007) zeigt der Terminus *Internet* nicht nur an, dass wir metaphorisch gesprochen *drin* sind, wir *tragen es* nun eben auch (bereits weit mehr als zehn Jahre) in Form von Smartphones in der Hosentasche herum (Meyer 2008; 2013). Das Internet ist seither folglich *überall* und *drin* zugleich. Im etymologischen Sinne beweist *dieses* Internet nun seinen Netzwerkcharakter zunehmend auch analog: Es erfüllt die Funktionen eines Briefkastens, des Postamts, eines Fotolabors, des Newsrooms, eines Notizhefts etc. Die Kommunikation erfolgt, je nach Ausgabegerät, mit unterschiedlicher taktiler Aktivität zumeist über den *Daumen*[14] oder die Stimme oder im gesamten Raum.[15] Per *scroll*, *swipe* und *type* navigieren Menschen verschiedenen Social Media Apps, mehr oder

weniger nebenbei und filtern ad hoc das, was überzeugt, aus dem geradezu endlosen Strom heraus; *geliked* wird was *buzzed*, berührt, *Widerstände* aufruft und so zu Reaktionen zwingt. Resultat ist eine unübersichtliche Gemengelage von Anreizen, Kapitalversprechen, Zugangsfragen und Machtverhältnissen zwischen Körpern und Dienstleistungen.

#Was soll das nun ausgerechnet in der Kunstpädagogik?

Die ‚Post-Internet Art Education', also die *‚Kunstpädagogik nach dem das Internet neu war',* wird angesichts der aktuellen, überbordenden medienkulturellen Bedingungen nur handlungsfähig sein, wenn sie darüber hinaus auch handelnd eine solche *Art Education* – auf Augenhöhe mit den Verhältnissen – mitschreibt. Das heißt, dass sie nicht nur von der Kunst und den Wissenschaften Inhalte übersetzt und anschlussfähig macht, sondern selbst Inhalte entwickelt und Diskurse schreibt (vgl. Kolb 2011: 194). Dazu braucht es zunächst aber eine Revision der fachlichen und überfachlichen Grundlagen und neue Vereinbarungen. Die zeitgleich stattfindenden Praxen des Internets im Wechselverhältnis mit dem Bedingungsgefüge Gegenwart lassen sich mit *einem* Kanon (geschweige denn mit *einem* Kanon der Schulfächer) eben leider nicht mehr fassen. Daher bleibt uns aus kunstpädagogischer Perspektive nur, der Sehnsucht nach einer Beschreibung und Definition mit aufmerksamer Beobachtung und offenen Enden zu begegnen, die der momenthaften Verortung dienen und sich *im doing* begreifen. Nach einem Bundeskongress zum Thema Partizipation (2010-2012), *Methode Mandy* (2012), unterschiedlichen Seminaren[16] am *Institut für Kunst & Kunsttheorie*, den Tagungen *Where the magic happens* (2015) und *Because Internet* (2018) sowie unzähligen erhitzten Debatten um Performance Art *nach* dem Internet und um Kritik *ohne* Abstand, haben wir mit Kristin Klein und Torsten Meyer 2016 in vielfältigen Suchbewegung den Begriff ‚Post-Internet Art Education' aufgeworfen, um den Beobachtungen an der Gegenwart eine *Kontur* zu verleihen. Seither wird der Begriff in diesem Arbeitskontext am *Institut für Kunst & Kunsttheorie* als Markierung, Projekttitel, Marke oder auch Sammelbegriff für ein Cluster an Auseinandersetzungen mit den Anforderungen der Gegenwart verwendet.[17] Post-Internet scheint dabei allerdings vor allem auch ein *post-everything* (also eine Inventur von allem) einzuschließen, das eine ganz ausgiebige Lust an der Untersuchung der bestehenden und kommenden Verhältnisse fordert. Nicht zuletzt würde dies nun auch verlangen, ein *moving beyond*[18] für die Fachgrenzen anzuvisieren. Eine Bewegung, die noch aussteht und sich auch in den Anwendungsfällen kultureller und künstlerischer Bildung sowie der Kunstdidaktik aufgehoben fühlen muss.

Aber zu Recht fragen sich aufmerksame Kolleg*innen: Wieviel versteht man überhaupt noch vom Material der Kunst *nach dem Internet*? Welche Kunst kann unvermittelt überhaupt noch wahrgenommen, verstanden und folglich aus kunstpädagogischer Sicht bearbeitet werden, wenn man selbst weder Vierzehnjährigen bei der Nutzung von *Snapchat* zusah noch in *Tin- der swiped*? – *Ehrlich gesagt: Nicht allzu viel.* Da entsteht nun zunehmend sehr viel Raum zwischen Vermutungen, Erwartungen und Zuschreibungen – der leicht zum Vakuum werden kann. Es ergeben sich unangenehme Diskussionen, die es im Kleinen wie im Großen zu gestalten und auch auszuhalten gilt. Jedoch ist sicher: Wenn Kunstvermittlung und kulturelle Bildung darin verhaftet bleiben, etwa Kinder und Jugendliche immer wieder aufzufordern, eine Zeichnung, ein Bild oder Ähnliches (oft in weniger als zehn Minuten) zu produzieren, ohne über das *warum* und *was* nachzudenken (abgesehen davon, *‚Kühlschrankkunst'* als Geschenk für Verwandte zu produzieren, vgl. Acaso 2016), festigt sich Tradiertes ohne notwendigen Bezug zur Gegenwart und Kunst wird reine Kür. Mit Carmen Mörsch zusammengefasst würde Kunstvermittlung auf diese Weise ein *affirmierend-reproduktiver* Annex einer Institution (vgl. Mörsch 2009: 13) sein und eben nicht jenen Zugang zur Welt ermöglichen, den eine kritische Bildung eigentlich unterstützen will. Sei es in der Schule oder im Museum: Es gilt der Gegenwart und ihren Bedingungen (aber ganz sicher auch der Zukunft) fragend zu begegnen und die Verhältnisse so auszuloten, dass sie gestaltbar werden. Eine ‚Post-Internet Art Education' sammelt daher nun mehr eine Haltung zur Gegenwart und skizziert damit auch eine Notwendigkeit, die die Beschäftigung mit dem Gegenwärtigen aus rein pragmatischer Sicht für das Fach Kunst mit jenen spezifischen Mitteln und Methoden am Bild untersuchen will – einfach gesagt: eine Art des „Mal sehen lernens", die von einer Gegenwart ausgeht, die gleichermaßen (mit)bewegt wie (be)forscht werden kann (vgl. Porombka/Kolb/Meyer 2015). Dies ernstgenommen, stehen vor allem auch Definitions- und Methodenfragen an. Für den Terminus ‚Post-Internet Art Education' z.B. lässt sich festhalten: Er dient als Schirm, unter dem sich bildungsrelevante Fragen an die Anforderungen der Gegenwart fassen lassen – eine Art Sicherheitszone für lautes Denken, Wundern, Experimentieren und Ausprobieren. Unter diesem Schirm werden jeweils ganz unterschiedliche Schwerpunkte gelegt. Was uns dabei eint? – Ein Denken und Handeln in der Gewissheit, dass der *Internet State of Mind* einen Einfluss auf den Umgang im

Fachdiskurs gehabt haben wird.[19] Und das heißt: Mediale Bedingungen – die das Medium der technosozialen Umwelt betreffen – wie selbstverständlich für pädagogische Settings mitzudenken und gemeinsam daran/damit zu (ver)lernen.[20] Zu Verlernen gilt es deshalb, weil sich die Gegenwart nicht mehr von ‚den Medien' trennen lässt, sondern konsequent als etwas von ihnen Durchdrungenes gedacht werden muss, folglich auch deren Expertisen sich nicht mehr trennen lassen.

#because & beyond

Was aber müsste nun passieren, damit der aktuelle Kunstunterricht ein relevanter gewesen sein wird? Wie zielen wir mit Methoden, Erklärungsmodellen und Ansätzen – gerade in einer kritischen Kunstvermittlung – nicht meilenweit am Kern, der Logik und den Anforderungen vorbei? *Welche Anforderungen denn überhaupt und wessen? Können wir Überfluss umarmen* (embrace)*? Wie wäre dann ein Text strukturiert, der genau das tut? Warum schreiben wir dann eigentlich noch linear und vor allem: für ein Buch? Wie verlernen wir die Plattitüden des Protests und der kritischen Haltung, die wir uns so fein säuberlich ansozialisiert haben?*[21]

Gegen was können wir uns denn noch aufstellen, wenn die Bilder uns vor allem über die Daumen an unseren Smartphones affizieren?[22] *Wie werden wir wieder produktiv unter den Bedingungen der absoluten und unausweichlichen Gegenwart, ohne Handlungsspielräume mit der Zukunft zu verschenken?*

Für die Kunstvermittlung/-pädagogik schlagen wir in diesem Sinne vorerst einen *para*[23]*-Modus* vor, für die Ermutigung der Einzelnen zu kleinen Schritten sowie für das gemeinsame Ausloten der Verhältnisse im Größeren. Im Sinne eines *becomings* (Werdens) können so die Verschlingungen des *beings* (Status quo) gelöst und kontinuierlich, Schritt für Schritt, die Situationen geschaffen werden, die jeweils *gegenwärtig* gebraucht werden, um trotz widriger Bedingungen auch brauchbare Effekte zu erzielen. Es geht um einen unaufgeregten Modus des *while-doings* (immanenten Handels) als Konsequenz eines *Internet State of Minds und eine Kunstpädagogik, die sich als eine forschende Profession mit Versuchsanordnungen versteht*. Ein gutes Beispiel des Handelns im Währenddessen der Gegenwart ist der Instagram-Lehrer-Account von Jan Grünwald, der nicht nur „The life and death of a teacher" alltäglich dokumentiert und kommentiert, sondern über die Kunst und das Leben lehrt, Fragen beantwortet, Kunst- und Kulturvermittlung betreibt und mit diesem Account einen Kanal schafft, wie wir ihn noch nicht vorstellen konnten, dass es ihn geben kann (Abb.).
Das ist nun aber nicht nur ein Plädoyer an die Lehrpersonen und Lernenden, sondern auch an die Kulturpolitik und Kultusministerkonferenz, die notwendigen Grundlagen einer solchen selbstreflexiven institutionellen Landschaft – begriffen in der Arbeit an den *Zukünften* aller – strukturell und auch praktisch auf der Höhe der Anforderungen zu ermöglichen (vgl. Kolb/ Schütze 2017: 153-154). Denn, um unter den gewandelten Bedingungen der Gegenwart auch tatsächlich von *emanzipativer, kritischer* und *radikal* gegenwärtiger Bildung sprechen zu könne, die auf ein Leben *nachdem das Internet neu war* vorbereiten kann, braucht es ein wenig mehr als eine Geräteausstattung der Lernorte und schnelle Glasfaserversorgung. Es bedarf einer interdisziplinären Infrastruktur der Gegenwartsbewältigung mit Know-How zwischen Institutionen, Denkzeit sowie sehr vielen *Freund*innen des Neuen*[24] auf wirklich allen Ebenen. *– Let's become Post-Internet Art(s) Educators, by shifting the drift!*

Anmerkungen

[1]Mit ‚unsere' können nie ‚alle' gemeint sein. Hier meint ‚unsere' die global zirkulierende Bildwelten im westlich zentrierten Kulturkreisen.

[2]Gemeint ist: Welten, also verschiedene Zugriffe und Wahrnehmungen von Umgebung. Welt im Singular verbietet sich in der metaphorischen Verwendung eigentlich.

[3]Die Bildwelten aktueller Schüler*innen unterscheiden sich jedoch nochmals sehr deutlich von dem hier gezeigten.

[4]Diesen Kanon übernahm zum Beispiel für einige Zeit das Fernsehen, die Zeitungen, das Museum, welche als ‚Leitmedien' bezeichnet wurden.

[5]Jene „poor images" sind inzwischen gar nicht mehr so ‚poor' sondern ziemlich hoch auflösend, wie u.a. Helena Schmidt feststellt (Schmidt 2018).

[6]Telmo Pieper beschreibt seine Arbeiten so: „Digital painted Creatures and stuff based on my own childhood drawings. I designed these creatures at the age of 4 and now reincarnated them with digital painting". Online: http://www.telmopieper.com/kiddie-arts [28.07.2018]

[7]Diese Beispiele (Dourlen und Pieper) sind aus der aktuellen Forschungsarbeit von Gila Kolb entlehnt (Kolb 2019).

[8]Etwa im Sinne Kollers als transformatorisch verstanden und im Gegensatz zum statischen Lernen eines tradierten Kanons im strukturierten Wissensaufbau, der jedoch nicht adaptiert werden kann (vgl. Koller 2012: 13).

[9]Dies bedeutet keinen Ausschluss ‚alter' Kunst, sondern den Ausschluss der Überzeugung, dass nurmehr bereits durch den Kanon gesichertes Wissen in den Kunstunterricht gehört.

[10]Vgl. hierzu Krieger 2008 und Busch 2008, zitiert nach Kolb 2011.

[11]Douglas Copland sprach 2011 davon, dass er sein „pre-internet brain" nicht mehr erinnere. Nachzulesen: http://edition.cnn.com/style/article/douglas-coupland-internet-brain/index.html [06.03.2019]

[12]Denn die Akteur*innen treffen sich dabei in einem neuen, einem dritten Raum wieder, in dem alle auf andere Weise viel oder wenig über das Verhandelte wissen.

[13]Texte, Bilderserien und Gespräche darüber zirkulieren seit der vom Kollektiv DIS kuratierten 9. *Berlin Biennale* (BB9) in verdichteter Form (vgl. Schütze 2018; 2019).

[14]Michel Serres etwa spricht liebevoll von „kleinen Däumlingen", wenn er das Medienhandeln der Generation Y beschreibt (Serres 2013: 7).

[15]Zum Beispiel Apps wie *Runtastic, Google Maps* oder *Pokémon Go*.

[16]Wie z.B. *Riding Modern Art, Transhuman, Performance Garden, Pizza&Bier, Luftgitarrenkunstpädagogik, Art Education Hack Lab, The Future Is Unwritten, Sublima*.

[17]Siehe Einleitung zu diesem Kapitel Meyer/Zahn/Klein/Kolb/Schütze (S. 243).

[18]Gemeint ist: *Nachdem* es neu war, vgl. Schütze 2018.

[19]Vgl. Meyer/Zahn/Klein/Kolb/Schütze in diesem Buch.

[20]Insbesondere, wenn etwas eigentlich gewusst wird und dann auf einmal doch ganz anders erscheint, kann etwas bereits Gelerntes aufgenommen und verlernt werden. Dies geht mit Widerständen einher (vgl. Sternfeld 2014).

[21]Vergleiche hierzu die Workshopreihe von Manuel Zahn und Konstanze Schütze *Ästhetische Praxis als Medienkritik* an der Universität zu Köln, Humanwissenschaftliche Fakultät in Zusammenarbeit mit Grimme Forschungskolleg. Nachzulesen hier: https://www.grimme-forschungskolleg.de/portfolio/aesthetische-praxis-als-medienkritik-2017/[11.10.2018]

[22]Vergleiche hierzu die Forschungswerkstatt Konstanze Schütze *Edutainment – Lernen mit dem Daumen. Medienbildung und aktuelle Kunst in der Schule* zur Tagung Because Internet (2018) an der Universität zu Köln, Humanwissenschaftliche Fakultät in Zusammenarbeit mit Grimme Forschungskolleg. Nachzulesen hier: http://kunst. uni-koeln.de/becauseinternet/referent-innen/ [11.10.2018]

[23],Para' hat im altgriechischen die Funktion, Relationen zu etwas zu klären – während, wie Nora Sternfeld anmerkt, es in seiner lateinischen Verwendung ein Gegenüber bezeichnet. „The Greek word παρά can be translated in many respects, for instance, locally as from…to, nearby, next…to; temporally as during, along; and figuratively as in comparison, in contrast, contra-, and against. Although para refers to deviation rather than opposition in Greek, in Latin it becomes contra" (Sternfeld 2017).

[24]Vgl. Meyer/Kolb 2015 sowie Anton Ego in Ratatouille (2007).

Literatur

Acaso, Maria (2016): From Art and Education to artEducation: Die Bildungsrevolution er- reicht die Kunstpädagogik. Zeitschrift Kunst Medien Bildung (ZKMB). Online: http:// zkmb.de/578 [20.09.2018]

Archey, Karen (2013): Post-Internet Curating, Denver Style: An Interview with Carson Chan. In: Rhizome. Online: https://rhizome.org/editorial/2013/jul/09/archey-chan-interview/ [11.10.2018]

Burkhardt, Sara (2007): Netz Kunst Unterricht. Künstlerische Strategien im Netz und kunst- pädagogisches Handeln. München: kopaed, S.75ff.

Busch, Kathrin (2008): Künstlerische Forschung – Potentialität des Unbedingten. In: Kitt- lausz, Viktor/Mackert, Gabriele/-Pauleit, Winfried (Hrsg.): Blind Date. Zeitgenossenschaft als Herausforderung. Nürnberg: Verlag der Kunst, S. 88-97.

Cramer, Florian (2013): Post-digital Aesthetic. In: Jeu de Paume – le magazine. Online: http:// lemagazine.jeudepaume.org/2013/05/florian-cramer-post-digital-aesthetics/ [26.04.19] Cramer, Florian (2014): What is Post-digital? In: A Peer-Reviewed Journal About Post-Digi-tal Research. Online: www.aprja.net/?p=1318 [26.04.19]

Espinet, David (2009): Über die Frage – und darüber hinaus zum Hören auf das Fragwürdige– Grenzen und Möglichkeiten der Kunstvermittlung im Ausgang von Platon, Aristoteles und Heidegger. In: Baumann, Joel/Pörschmann, Dirk/Wetzel, Tanja (Hrsg.): Fragen-zur- kunst.de. München: kopaed, S. 51–59.

Höller, Christian (2016): Scan, Scroll, Surf. Videoproduktion im Postdigitalen Kontext. In: Kunstforum International. S. 68.

Klein, Kristin/Schütze, Konstanze (2014): Rethinking Risiko. Bildung als fortschreitende Selbstüberwindung. In: Meyer, Torsten/Kolb, Gila (Hrsg.): What's Next? Art Education. München: kopaed, S. 163-165.

Kolb, Gila (2011): „Macht aktuelle Kunst Schule?" In: Christine Heil, Gila Kolb, Torsten Meyer (Hg.): Buch01: Shift. #Globalisierung #Medienkulturen #Aktuelle Kunst, Reihe Kunst Pädagogik Partizipation, München: kopaed, S. 193-198.

Kolb, Gila (2015): Let's do the shift. Kunstunterricht im Wandel. In: Meyer, Torsten/Kolb, Gila (Hrsg.): What's Next? Art Education. München: kopaed, S. 166-168.

Kolb, Gila (2019): Because shift happens (Vortragsmanuskript). Vorr. Veröffentlichung 2019. Kolb, Gila/Schütze, Konstanze (2017): Becoming Art(s) Educators – Shifts in Art and Educa- tion. In: Heber, Michael/Jas, Mona (Hrsg.): Fokus: Kunst- und Kulturschaffende in Bil- dungseinrichtungen! Debatten um Rahmenbedingungen, Potenziale und Kompetenzen für kulturelle Bildungsprojekte! Reihe Kulturelle Bildung, Volume 5, München: kopaed, S. 149- 159.

Koller, Hans Christoph (2012): Bildung anders denken, Einführung in die Theorie transformatorischer Bildungsprozesse. Stuttgart: Kohlhammer.

Krieger, Verena (2008): Kunstgeschichte und Gegenwartskunst. Vom Nutzen und Nachteil der Zeitgenossenschaft (Hg. mit eigenen Beiträgen), Köln/Weimar/Wien: Böhlau.

Lyotard, Jean-Francois (1984): The Postmodern Condition: A Report on Knowledge. Minneapolis: University of Minnesota

Press.

Lyotard, Jean-Francois (1993): Was ist postmodern? In: Postmoderne und Dekonstruktion. Texte französischer Philosophen der Gegenwart. Stuttgart: Reclam, S.33-48.

Meyer, Torsten (2008): Internet in der Hosentasche. Online: http://medialogy.de/2008/10/22/ internet-in-der-hosen-tasche-%E2%80%93-prufungsstrategien/ [8.3.2018]

Meyer, Torsten (2013): Next Art Education. Erste Befunde. In: Meyer, Torsten/Hedinger, Johannes M. (Hrsg.): Whats next? Kunst nach der Krise. Berlin: Kadmos, S. 377–384.

Meyer, Torsten/Kolb, Gila (2015): Vorwort Band II. In: Meyer, Torsten/Kolb, Gila (Hrsg.):What's Next? Art Education. Online: http://whtsnxt.net/000-2 [26.04.19]

Mörsch, Carmen (Hrsg.): Kunstvermittlung. Zürich/Berlin: Diaphanes, S. 7–33.

Mörsch, Carmen (2009): Am Kreuzungspunkt von 4 Diskursen: Die documenta 12 Vermittlung zwischen Affirmation, Reproduktion Dominikus (2011): Für eine Handvoll JPGs. Tumblerismus und der Internet State of Mind unter die Lupe genommen. In: De:Bug. Online: http://de-bug.de/mag/fur-eine-hand-voll-jpgs/ [06.03.2019]

Porombka, Stefan (2015): Mal sehen lernen. Interview mit Gila Kolb und Torsten Meyer. In: Meyer, Torsten/Kolb, Gila (Hrsg.): What's Next? Art Education. München: kopaed, S.249-254.

Schmidt, Helena (2019): Poor Image Art Education. Manuskript, erscheint vorr. 2019

Schütze, Konstanze (2018): Moving Beyond. Bodies of Images in spekulativer Zeitlichkeit. In: Schumacher-Chilla, Doris/Ismail, Nadia (Hrsg.): Be Aware. Mehr als Gegenwart in der zeitgenössischen Kunst. Oberhausen: Athena, S. 75-89.

Schütze, Konstanze (2020): Bildlichkeit nach dem Internet. Aktualisierungen für eine Kunstvermittlung am Bild. München: kopaed.

Seemann, Michael (2012): Kontrolle und Kontrollverlust. Online: http://www.medialekontrolle.de/wp-content/uploads/2012/04/Seemann-Michael-2012-4.pdf [20.09.2018]

Serres, Michel (2013): Erfindet Euch neu! – Eine Liebeserklärung an die vernetzte Generation. Frankfurt: Suhrkamp.

Sternfeld, Nora (2014): Verlernen Vermitteln. Kunstpädagogische Positionen 30. Hamburg.

Sternfeld, Nora (2017): Para-Museum of 100 Days: documenta between Event and Institution. On curating 33 Online: http://www.on-curating.org/issue-33-reader/para-museum-of-100-days-documenta-between-event-and-institution.html [20.09.2018]

Steyerl, Hito (2009). In Defense of the Poor Image, in: Aranda, Julieta/Wood, Brian Kuan/ Vidokle, Anton/Steyerl, Hito/Berardi, Fanco „Bifo": The Wretched of the Screen. Berlin: Sternberg Press, S. 31–45.

Toffler, Alvin. (1980). The third wave: The classic study of tomorrow. New York: Bantam. Vierkant, Artie (2010): The Image-Object Post-Internet. Online: http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_a4.pdf [26.04.2019]

Zahn, Manuel (2016): Wir stammen von Animationen ab. Wirklichkeitserfahrungen mit Ryan Trecartins Videos. In: Meyer, Torsten/Dick, Julia/Moormann, Peter/Ziegenbein, Julia (Hrsg.): Where the magic happens. Bildung nach der Entgrenzung der Künste. München: kopaed, S. 39–48.

Abbildungen

Abb. 1: Francois Dourlen, 4. September 2018, Screenshot (Gila Kolb) [28.07.2018]
Abb. 2: Telmo Pieper: *Euromast* (2013). Online:
http://www.telmopieper.com/wp-content/uploads/2013/04/EuromastKIDDIEart-af2.jpg [28.07.2018]
Abb. 3: Google Ergebnis vom 28.07.2018, deutschsprachige Suche, Standort: Kassel, Screenshot (Gila Kolb).
Abb. 4: green fact Friday, 1. Februar 2019. Screenshot (Gila Kolb). Online: https://www.instagram.com/p/BtVnFDalMg_/ [28.07.2018]