Zeitschrift Kunst Medien Bildung, ISSN 2193-2980
https://zkmb.de/tag/social-web/, 3. November 2026

All work and all play. Über Ästhetische Arbeit im Internet State of Mind

Von Kristin Klein

Harder, Better, Faster, Stronger. Willkommen im spätkapitalistischen Performance-Betrieb, so klingt es in diesem Daft-Punk--Song. Seien Sie relevant, tanzen Sie mit. Im Vier-Viertel-Takt wird hier eine – frei nach Max Weber – im Protestantismus verwurzelte und bis heute fortwährend aktualisierte Moral der persönlichen Anstrengung, der Leistung und Selbstüberwindung zitiert. Gegenwärtig mögen hedonistischere Versprechen der Idee von Selbstverbesserung zu neuem Glanz verhelfen; doch während Magie auf dem Weg zur Wissensgesellschaft fortschreitend outgesourct, Kritik am Kapitalismus ganz nebenbei entzaubert wurde, wünschen wir, *young urban something* einer westlich geprägten Kultur, uns manchmal das Staunen und Wundern, das Atemberaubende zurück, bauen unterdessen aber Biogemüse an und ackern umso härter für die perfekte Life-Work-Balance.

Die von Karl Marx beschriebenen quasi-religiösen und quasi-magischen Relationen zwischen Mensch und Waren finden sich zunehmend auch in ideellen Werten. Wichtig scheinen uns heute Erfahrungen und Praktiken, die über uns selbst hinausgehen (vgl. Böhme 2006). Und dies scheint gegeben in einer der letzten großen, sich hartnäckig haltenden Erzählungen unserer Zeit – ausgerechnet derjenigen über Selbstverwirklichung. Dieses Narrativ ist als Open-Source-Software zu denken sowie als Anleitung zur Selbstführung. Ulrich Bröckling beschrieb in diesem Kontext das unternehmerische Selbst, verstanden als wesentliches Leitbild unserer Zeit, als Regierungstechnik: Unternehmerische Funktionen werden demnach auf die bzw. den Einzelne/n übertragen, welche/r dadurch größeren Gestaltungsspielraum und vielfältige Chancen erhält, jedoch die damit einhergehenden Risiken selbst verantworten muss. Das unternehmerische Selbst spiegelt sich alsdann in der Idee der Ich-AG, das Image wird zur Marketingstrategie (vgl. Bröckling 2013).

Allein in der Aussicht auf die Möglichkeit von Selbstverwirklichung liegt eine magische Anziehungskraft. Diese Möglichkeit aber ist ihrer Definition gemäß ständig im Werden begriffen und kann auch in der Logik des Innovationsimperativs nie eingeholt werden: Selbst dann, wenn ein Ziel erreicht scheint, haben sich dessen Vorgaben oft bereits verändert, gilt es, fortlaufend neue Anforderungen zu bewältigen und Vorstellungen nachzugehen. Selbst die Einhaltung des Status Quo erfordert ständige Betriebsamkeit.
Vom Silicon-Valley aus transportiert sich der Geist von *All Work and All Play* in urbanen Mythen und American Dreams, übersetzt sich in Form von Apple-Devices, Coworking Spaces und risikoaffinen Start-Ups. Wer in ihren Bann gezogen wird, nimmt für diese Verlockungen im Zweifelsfall auch prekäre Arbeitsbedingungen in Kauf – mit Coffee-to-Go ins immer nächste Projekt. Der digitale Nomade, mit mobilem Büro umherziehend, erfindet dabei stets neue Freiräume für sich. Flexibilität und Mobilität, einst Ideale der Bohème auf der Flucht vor dem modernistischen Diktum von Disziplin und Rationalismus, gelten heute für eine wachsende *Creative Class* (vgl. von Osten 2007). Das Bild des/r Künstler*in als Freidenker*in und Regelbrecher*in, welche/r innovative Kräfte entfacht, bildet die Basis des unternehmerischen Selbst. Dieses ist Selbstvermarkter, mit Hingabe für das, was es tut. Arbeits- und Lebenszeit sind ihm kaum unterscheidbar, Wollen und Müssen einerlei. Domestizierte Kreativität ist das wichtigste Must-Have im kognitiven Kapitalismus, Kreativität Fließbandarbeit. Sie steht längst nicht mehr unter Spaßverdacht.

So beschreibt Brad Troemel die jungen Künstler*innen von heute vergleichend als Athlet*innen, ihre Arbeit als einen unablässigen Strom künstlerischen Outputs, welcher die Contentfeeds seiner Follower möglichst anzuführen sucht (vgl. Troemel 2013). Kunst als Bodybuilding der Marke „Ich“ (vgl. auch „Innovationsgymnastik“ bei von Hentig 2000: 60). Die Inszenierung der eigenen exzessiven Arbeit, der Produktionsgeschwindigkeit, wird für die Athlet*innen Teil der Arbeit. Hier geht es nicht mehr, wie noch bei den künstlerischen Avantgarden, primär um das Neue. Es geht um Neuordnungen. Es geht um die Kunst der Geschwindigkeit. Im Akkord wird geremixt, gemash-upt, zitiert, manipuliert, veröffentlicht, gestreamt. Eine Auswahl der Arbeiten von Seiten des/r Künstler*in sei dabei, so Troemel, kaum nötig, denn diese treffe letztendlich das Publikum: Es bewertet die Arbeiten, teilt sie, setzt sie immer neuen Kontexten aus. Das Publikum ist damit nicht nur Teil des Beurteilungs- und Distributionsprozesses, sondern stellt auf diese Weise auch Bedeutung her (vgl. Troemel 2013).[1] Es zahlt dafür mit einem knappen Gut: seiner Aufmerksamkeit. Mehr Aufmerksamkeit bringt Künstler*innen in der Folge wiederum mehr Vorträge ein, mehr Gigs, mehr Publikationen, mehr Förderung. Das Like vollendet das Kunstwerk. Sein Wert steigert sich mit jedem Retweet.

Dies trifft allerdings nicht nur auf künstlerische Arbeiten zu. Auch der YouTube-Beauty-Guru tut es diesen Athlet*innen gleich, hält glücklich Shirt um Kleid vom Mega-Shopping-Haul in die Kamera. Jeder Klick bringt ihm Bares und ihn damit näher ans nächste gute Stück. *Prosumerism*[2] *at its best* oder auch: Ästhetische Arbeit beginnt mitunter bei H&M.
Im Zeitalter des post everything sind hierfür umfassende Auswahlprozesse erforderlich. Das Erkennen von Mustern und Strukturen im Informationsfluss, das Aufspüren von Trends gleicht einem Kapitalkatalysator.[3] Wohl geübt und routiniert scannt das unternehmerische Selbst seine Umgebung nach für seine Zwecke Verwertbarem. In einer globalisierten Welt, in der es keine Generation X, Y oder dergleichen mehr gibt, sondern eine Zeitrechnung, die sich vermehrt nach der immer schnelleren Abfolge des iPhone 6, 7, 8 usw. richtet, wird die Kosten-Nutzen-Rechnung wieder aktuell. So zählt man Kalorien im Quitte-Kardamom-Eis, bewertet die Qualität der eigenen Beziehung und sieht den Schlaf, einst die vermeintlich letzte Bastion vor den Wirkmächten des Kapitalismus, als Ressource der eigenen Produktivität.

Es gilt jedoch nicht nur das Prinzip der Ökonomisierung und Quantifizierung aller Lebensbereiche, sondern umgekehrt erfahren auch Ökonomie, Politik und Alltag einen Neuanstrich. So stellte Gernot Böhme bereits vor 20 Jahren fest, dass *„die ästhetische Arbeit einen großen Teil der gesamtgesellschaftlichen Arbeit ausmacht, d. h. ein großer Teil der überhaupt geleisteten Arbeit nicht mehr der Herstellung von Waren, sondern ihrer Inszenierung dient […] Es ist die Phase des Hochglanzkapitalismus“* (Böhme 1995: 45). Und in diesem wird Potenzial, High Performance und Coolness inszeniert. Der Popstar der Post-Postmoderne ist der smarte Visionär mit Charisma, der Startup-Gründer, der Arbeitskräfte bündelt und ihren Einsatz als Lifestyle verkauft – der Arbeitsplatz bei Google mit Fitnessstudio und Strandbar. Doch nicht nur dort lassen sich, zwischen Selbstdisziplinierung und Selbstenthusiasmierung, Leistungsbereitschaft und Ausdauer demonstrieren. Produktivität lässt sich schließlich aufzeichnen, posten und liken. Wir denken und handeln im Bewusstsein des Facebook’schen Panoptikums, in dem nunmehr potenziell JEDER ALLE(S) sehen kann. Rate, Comment, Subscribe.

Ästhetische Arbeit bedeutet, für die *Story of My Life* beständig auszuwählen und zu präsentieren, um symbolisches, kulturelles und anderes Kapital fortwährend neu zu akkumulieren. So wird der morgendliche Griff in den Kleiderschrank zur ersten Amtshandlung ästhetischer Arbeit. Das Frühstück, sorgsam angerichtet für Instagram, wird kuratiert, der Post der visualisierten Laufstrecke zeugt von körperlicher Fitness, Durchhaltevermögen, Agilität. Das Phänomen von Selfies urlaubsgebräunter Unterkörper oder ausgestreckter Füße vor azurblauem Wasser signalisiert unmissverständlich: Hier wird entspannt. Selbst im Modus der Pause werden mediale Verwertungsstrategien mitgedacht, Momente auf ihre *Googleability* überprüft. Die Weiten des Netzes bilden unseren Horizont.

Wer im Überangebot von URL und IRL[4] mithalten will, braucht daher vielfältige ästhetische Strategien. Bildung vollzieht sich ganz automatisch unter den hier umrissenen Bedingungen und jene, die Bildung für sich beanspruchen, müssen sich immer wieder die Frage gefallen lassen, wie sie sich dazu verhalten. Der und die Einzelne ist dabei, wie am Beispiel der Künstler*in oder des Prosumers ansatzweise illustriert, stärker zu netzwerkartigen Strukturen und zur Abhängigkeit von kollektiven Handlungsformen ins Verhältnis zu setzen. Demzufolge müssen im Kontext von Bildungsprozessen zunehmend auch Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Blick genommen werden, welche die Grundlage des unternehmerischen „Wir“[5] – oder alternativer Konzepte – beschreiben, nicht aber nur auf der Ebene des bzw. der Einzelnen verbleiben. Wichtig scheint darüber hinaus das Lesen, Schreiben und Beurteilen können von solchen netzwerkartigen Strukturen und gesellschaftlich prägenden Mustern, Strömungen und Trends und ihrer magischen Bindungspotenziale. Der Topos des unternehmerischen Selbst ist dabei nur eine unter vielen Tendenzen, welche zugleich immer wieder ihre Formen verändern. Einzelne und Gruppen(verbände) müssen daher als Navigierende in diesen Strömen kurzfristig und taktisch – und dies auf lange Sicht – handeln lernen, um deren Richtung mitbestimmen zu können.

Angesichts sich ständig verändernder gesellschaftlicher Rahmenbedingungen stehen in Bezug auf Ästhetische Bildung einige Fragen in der Dauerschleife: Wie genau zeigen sich Potenziale, Versprechungen und Imperative von Narrativen wie demjenigen der Selbstverwirklichung? Wie wirken sie in unterschiedlichen Kontexten, auf gesellschaftlicher und auf individueller Ebene? Wie zeigen sie sich innerhalb ökonomisch und technologisch verfasster Systeme? Und daran anschließend: Wie kann Ästhetische Bildung, indem sie die Potenziale von *All Work and All Play* als zentrale gesellschaftliche wie auch individuelle Kräfte anerkennt und explizit mit dieser Logik handelt, selbstbewusst eigene Versionen und Spielarten davon hervorbringen (vgl. etwa Avanessian 2015)? Zunächst müssen dafür wohl die Fragen, mit denen sich Ästhetische Bildung befasst, wieder aus den Engen von bloßer Kompetenzorientierung oder müde gewordenen Vorstellungen vom Schönen, Wahren und Guten hervorgeholt werden.

Anmerkungen

1 Damit verändern sich weiterhin Konzepte u. a. von Autorschaft, von Besitz, der Rolle und Einflussnahme von Institutionen und demzufolge auch diejenigen von Kunst, welche, in den Weiten des Netzes und in Folge des (digitalen) Kontrollverlusts, häufig gar nicht mehr als solche zu identifizieren ist.
2 Der Begriff Prosumer, eine Zusammensetzung aus dem englischen „Producer“ und „Consumer“, geht u. a. auf Alvin Tofflers *The Third Wave* (1980) zurück und meint die Überschneidung der Rollen des Produzenten und des Konsumenten. Im Web 2.0 etwa generiert mittlerweile nahezu jede/r Nutzer*in auch Inhalte (in Blogs, Wikis, Kommentaren etc.), statt sie nur zu rezipieren.
3 Hier stehen wir immer mehr in Wechselbeziehungen mit Algorithmen. Doch dies vielleicht an anderer Stelle.
4 Bei URL (Uniform Resource Locator) handelt es sich um einen Standard, über den Inhalte wie Webseiten identifiziert und angesteuert werden können, bei IRL (In Real Life) um eine umgangssprachliche Bezeichnung, die, obwohl im Grunde hinfällig, noch in Abgrenzung zu sogenannten fiktiven oder virtuellen Realitäten Verwendung findet.
5 Dieses „Wir“ setzt sich in meiner Vorstellung kontextabhängig immer wieder neu zusammen und ist keine homogene Einheit, sondern ein Zusammenschluss von unterschiedlichen, sich verändernden Positionen.

Literatur

Avanessian, Armen (2015): Tomorrow Today. In: DIS Magazine. Online: http://dismagazine.com/blog/78332/tomorrow-today-armen-avanessian/ [08.10.2015].

Böhme, Gernot (1995): Atmosphäre als Grundbegriff einer neuen Ästhetik. In: Ders.: Atmosphäre. Essays zur neuen Ästhetik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, S. 21-48.

Böhme, Hartmut (2006): Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Bröckling, Ulrich (2013): Das unternehmerische Selbst. Sozialisierung einer Subjektivierungsform. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 5. Auflage.

Hentig, Hartmut von (2000): Kreativität. Hohe Erwartungen an einen schwachen Begriff. Weinheim, Basel: Beltz.

Osten, Marion von (2007): Unpredictable Outcomes/Unpredictable Outcasts. A reflection after some years of debates on Creativity and Creative Industries. In: transversal, 8. Jg., Nr. 2/2007. Online: http://eipcp.net/transversal/0207/vonosten/en [8.10.2015].

Troemel, Brad (2015): Athletic Aesthetics. In: Bühler, Melanie (Hrsg.): No Internet, No Art. A Lunch Bytes Anthology. Ohne Ort: Onomatopee 102, S. 120-129.

All work and all play. Über Ästhetische Arbeit im Internet State of Mind

Von Kristin Klein

1

Die Stories, die man sich im Netz erzählt, werden immer kürzer, immer schneller und immer flüchtiger. Sie sind zum Beispiel nur noch sechs Sekunden lang. Das ist nämlich die Vorgabe auf der Video-Plattform Vine, deren bisherige Erfolgsgeschichte sich ebenfalls in wenigen Sekunden erzählen lässt.

Im Frühjahr 2012 gegründet, wird Vine im Herbst von Twitter als „das nächste große Ding" übernommen. Ein halbes Jahr später steht die kostenlose App auf dem ersten Platz der Stores. Aus 13 Millionen Usern nach sechs Monaten sind inzwischen 45 Millionen geworden. Twitters Vine konkurriert deshalb längst mit den großen Plattformen Facebook und Instagram. Es geht um User und um Klickzahlen. Tatsächlich gilt 2014/2015 nicht nur als das Jahr, in dem sich das Web für die meisten User*innen immer weiter ins Social Web verschiebt und immer ausschließlicher über die Timelines der Social Media Apps wahrgenommen wird. Es geht auch als die Saison in die Geschichte der Sozialen Medien ein, in der das Bewegtbild die Timelines erobert hat, die ein paar Jahre zuvor noch auf Text und dann zunehmend auf starre Bilder ausgerichtet waren. Wer mithalten will, setzt derzeit auf die Weiterentwicklung der Möglichkeiten, Kürzestfilme zu produzieren, zu senden, anzuschauen und zu teilen (http://sozialtheoristen.de/2015/05/13/was-facebook-will-die-de-institutionalisierung-des-journalismus/).

Der 1991 geborene Zach King führt vor, wie man mit den Regeln von Vine erzählen kann (https://vine.co/Zach.King).
Einen eigenen Account eröffnet er im September 2013, zweieinhalb Jahre später hat er knapp vier Millionen Follower. Anfang 2016 sind seine 208 Sechs-Sekunden-Filme fast 1,3 Milliarden mal abgespielt worden. Er gilt in den USA als einflussreicher Nachwuchsfilmemacher, wird als Werbe-Promi für große Marken gebucht und in die populärsten Fernsehshows eingeladen, um seine Erzähltechnik live vorzuführen. Seine Filme werden als „magisch" gepriesen. Er selbst gilt als großer Magier und Zauberer des Web 2.0 (http://www.redbull.com/us/en/stories/1331714919 527/final-cut-king-zach-king-interview).
Tatsächlich zeigt King erstaunliche Tricks. Am 9. November 2015 lädt er bei Vine ein Video hoch, in dem er sich in einem Kaufhaus auf ein Wasserbett wirft und darin untergeht (https://vine.co/v/elMT0qArgVY).
Am 21. September 2015 postet er ein Video, in dem er eine Papier-Armbanduhr aus einer Magazinwerbung mit den Fingerspitzen herauszieht und sich einmal auf das Handgelenk schlägt, wobei sich das Papier in eine echte Uhr verwandelt (https://vine.co/v/eP11EMF9Plh).
Am 16. August 2015 sieht man ihn, wie er in Schlafsachen auf einem Bett mit rot-weißer Decke liegt. Er wacht auf, dreht sich in die Decke ein, bis er vom Bett fällt, um unten auf dem Boden frisch bekleidet mit einem roten T-Shirt und einer weißen Hose zu landen – und zwar höchst erstaunt (https://vine.co/v/ep5H6QlgLKV).
Am 27. Juni 2015 verwandelt er einen jungen Mann, der wie hypnotisiert an einer Spielkonsole sitzt und auf einen Bildschirm starrt, nach einigem Schütteln in einen Haufen Kartoffeln (https://vine.co/v/eJhPznZAhh5).
Am 30. Mai 2015 klebt er eine Lunte an einen Geldschein, zündet sie an, lässt das Ganze explodieren und wird dabei von einer Druckwelle inmitten einer Wolke neuer Geldscheine durch das Zimmer gewirbelt (https://vine.co/v/ehBYqTIh0hV).
Das Geldvideo ist knapp acht Millionen mal gelaufen, knapp 173.000 User*innen haben den Herz-Button angeklickt, mit dem sie „Gefällt mir" sagen, über 33.000 User*innen haben es geteilt. Das Kartoffelvideo ist knapp zehn Millionen mal gelaufen. Es gab über 41.000 Herzen. Über 41.000 User haben es in ihre eigene Vine-Timeline gestellt.
Zach Kings allererstes Video vom 9. September 2013, in dem er einen elektrischen Stromschlag durch ein kleines Kätzchen bekommt und durch die Luft geschleudert wird, hat etwas mehr als 443.000 Herzen bekommen, über 380.000 User*innen haben es in ihre Timeline gestellt.

2

Zach King hat, bevor er zum Social-Media-Filmemacher wurde, als Personal Trainer gearbeitet, der Leuten Kniffe und Tricks für die Bedienung des Schnittprogramms „Final Cut" beibringt. Berühmtheit erlangt er 2011, als er unter dem User-Namen „FinalCutKing" ein mit Katzen gedrehtes und mit Special Effects gepimptes „Star Wars"-Video bei YouTube hochlädt (https://www.you-

tube.com/watch?v=4Z3r9X8OahA). Was er hier vorführt, setzt er später bei Vine ein. Was magisch wirkt, ist ein bloßer Schnitttrick, den das Auge nicht realisieren kann. Für die Betrachter*innen gehen die Bilder so schnell und ohne Brüche und Schwellen ineinander über und der ganze Film rauscht so schnell vorbei, dass die Verwandlungen auch dann ganz echt aussehen, wenn man weiß, dass sie nicht echt sein können.
Kings Arbeit steht damit in der Tradition der Zauberei, bei der auf offener Bühne etwas vorgeführt wird, das eigentlich unglaublich ist, weil es so, wie man es sieht, nicht wirklich passieren kann. Er steht aber auch in großer Kinotradition. Denn eingesetzt wird hier der Stopp-Trick, der Ende des 19. Jahrhunderts ganz neuartige Formen des filmischen Erzählens ermöglicht. Im 15-Sekunden-Film „The Execution of Mary Stuart" von 1895, bei dem Alfred Clark Regie führt und für den Thomas Alva Edison als Produzent zeichnet, wird die Aufnahme angehalten, bevor das Beil den Kopf der Königin erreicht. Alles bleibt in Position, nur die Darstellerin wird gegen eine Puppe ausgetauscht. Die Kamera läuft weiter, das Beil fällt, der Kopf ist ab (https://www.youtube.com/watch?v=BIOLsH93U1Q).

Das jedenfalls meinen die überrumpelten Zuschauer*innen, die den Austausch gar nicht mitbekommen. Die Zeit zwischen dem Stoppen der Kamera und dem Weiterlaufen existiert für die Wahrnehmung nicht. Geschnitten wird auf den Geräten. Zusammengeklebt wird die Szene dann in den Köpfen des Publikums. Auf magische Weise gehört für die Zuschauer*innen ganz fest zusammen, was eigentlich gar nicht zusammen gehört. Der Stopp-Trick erweist sich als Kohärenztrick, der mit den erweiterten Möglichkeiten der neuen Aufnahmegeräte ebenso arbeitet wie mit den beschränkten Wahrnehmungsbedingungen der Rezipient*innen.

Dass das Anschauen von Filmen tatsächlich magisch wirken kann, liegt im Wesentlichen an diesem Trick. Während man dauernd Zweifel haben müsste, dass das, was man sieht, wirklich passiert, ist man auf unbewusster Ebene damit beschäftigt, Zweifel zu beseitigen und Brüche so zu kleben, dass alles gut zusammenpasst. Und weil das eine Leistung ist, die nicht mit einem Mal erledigt werden kann, sondern über die Dauer des Films immer wieder erledigt werden muss, bleibt man auf schwebende Weise damit beschäftigt, zwischen Zweifel und Zweifellosigkeit hin- und herzupendeln.

Wer Zach Kings Videos sieht, bekommt genau das direkt zu spüren. Man ist versucht, den Trick immer wieder anzuschauen, um dahinter zu kommen, wie er gemacht ist, nur um sich darüber zu amüsieren, dass es nicht klappt und man doch wieder geglaubt hat, dass alles so passiert, wie man es gesehen hat.

3

Verstärkt wird das durch weitere Tricks. Die Vine-Beiträge sind nämlich nicht länger als sechs Sekunden, sie bieten bei King nur eine einzige Szene mit nur einer einzigen Pointe, manchmal sind es auch zwei oder drei, die dann allerdings nur die erste blitzschnell variieren. Damit werden gar keine größeren Erzählzusammenhänge etabliert, wie das beim Film der Fall ist. Es gibt nicht einmal wie bei Zauberei-Shows eine ganze Reihung verschiedener verblüffender Nummern, die aufeinander folgen. Es gibt bei Vine immer nur diesen einen Film zu sehen. Man muss schon selber weiter scrollen, will man den nächsten anschauen.
Das ist bei der „Hinrichtung" von Mary Stuart zwar nicht anders. Aber dafür läuft bei Vine alles im Loop. Wenn ein Beitrag zu Ende ist, setzt er fast ansatzlos wieder vorne an. Das Video läuft deshalb, wenn es erst einmal in Gang gesetzt ist, unendlich weiter, wenn man es nicht wieder stoppt. Dadurch erklären sich die ungeheuer großen Abspielzahlen, die unter Zach Kings Videos bei Vine verzeichnet werden. Sie laufen eben nicht nur einmal. Sie laufen in der Dauerschleife. Dadurch erklärt sich dann auch die besondere Faszination, die von seinen kleinen Szenen ausgeht. Wenn die Leistung der Betrachter*innen von Filmen mit trickssenden Schnitten darin besteht, Kohärenz gegen den Zweifel herzustellen, und beim Betrachten von Kings Videos hinzukommt, dass man mit dem Zweifel wieder gegen den Eindruck von Kohärenz arbeiten muss, und das alles in nur sechs Sekunden, so wird man quasi-automatisch in die nächste Runde reingezogen: Man loopt mit, bis der Witz verbraucht ist.
Zach King schreibt sich damit noch einmal anders in die Filmgeschichte ein. Etwa an dem Punkt, wo der belgische Physiker Joseph Antoine Ferdinand Plateau zu Beginn der dreißiger Jahre des 19. Jahrhunderts auf der Grundlage seiner Experimente mit der Wahrnehmung zerlegter und wieder zusammengesetzter Bilder so genannte Phenakistiskope entwickelt. Das sind kreisrunde Scheiben, auf denen am Rand entlang immer dieselben Abbildungen in leicht verschobener Perspektive so gleichmäßig angeordnet sind, dass sich für den Betrachter, wenn er durch einen Schlitz darauf sieht, beim Drehen der Eindruck ergibt, dass sie sich be-

wegen (https://www.youtube.com/watch?v=s0KADBMXY-8).
Zach Kings Videos teilen mit diesen Scheiben und den Apparaturen, durch die man sie in Gang bringt und beobachten kann, das repetitive Moment, die Wiederholung einer kurzen Sequenz, einer kleinen Bewegung, einer einzigen Szene, von der man denken mag, dass sie tatsächlich passiert, obwohl das Auge eben nur getäuscht wird. Und weil man sie immer wieder sehen muss, wenn man versuchen will, der Täuschung auf die Spur zu kommen, und sich doch immer wieder täuschen lässt, gibt es auch hier durch den Loop den magischen Moment, der als hypnotisch erfahren wird: Das Auge kommt nicht mehr los. Erst dann, wenn sich der Witz abgenutzt hat.

4

Es gibt aber noch mehr Tricks, die das Geheimnis der Magie von Zach Kings Videos ausmachen und die ihn von allen anderen Projekten der Filmgeschichte unterscheiden. Kings Werkstücke stehen nämlich nicht für sich allein. Sie sind auf den Seiten von Vine eingebettet. King ist nur ein Sender unter vielen anderen, die auf derselben Plattform Videos hochladen. Und er ist zugleich ein Zuschauer unter vielen anderen, die auf ihren Timelines die Videos all derer zusammenführen lassen, denen sie folgen. Weil immer neue Videos hochgeladen werden, entsteht ein eigenartiger Flow. Was eben noch neu war, wird auf der Zeitleiste nach unten gedrückt. Oben sieht man nur das Allerneueste, das gleich schon wieder aus dem Blickfeld verschwinden kann.
Mitten in diesem Strom lassen sich kleinere und kleinste Ströme organisieren, die nicht ohne Einfluss auf die gesamte Dynamik bleiben. Jeder Video-Post ist mit einer Reihe von Eingriffsmöglichkeiten umstellt. Es gibt den Like-Button, der bei Vine eine Herzform hat. Es gibt den Repost-Button, mit dem man den Beitrag aus einer fremden Timeline in die eigene übertragen kann. Und es gibt einen Button, über den man den Beitrag auf anderen Plattformen einbetten kann. Schließlich gibt es die Möglichkeit, das Video zu kommentieren.
Das alles ist Zach Kings Beiträgen nicht äußerlich. Vielmehr sind seine Videos genau dadurch definiert, dass sie auf einer Plattform erscheinen, die nicht mehr zwischen Produzent*innen und Zuschauer*innen unterscheidet und dazu die Möglichkeit gibt, sich mit eigenen Aktivitäten an vorhandene Beiträge anzudocken oder sie durch das Markieren und Zitieren in Bewegung zu bringen oder in Bewegung zu halten.

Wenn man Nutzer*innen von Vine dabei zuschaut, wie sie sich auf den Bildschirmen ihrer Smartphones in den Angeboten orientieren, lässt sich gut erkennen, dass das geradezu hypnotische Haftenbleiben keineswegs durch das Anschauen einzelner Beiträge hervorgerufen wird. Bei Vine sind es die eigenen Bewegungen, das Auf und Ab auf der Timeline, das Loopen in den Beiträgen, das Abzweigen in andere Accounts, das Lesen von Kommentaren, das eigene Kommentieren, das Durchsuchen der Video-Ordner auf dem Handy nach geeigneten Stücken, die man selber posten könnte. Dazwischen werden eigene Filmchen produziert, hochgeladen und daraufhin kontrolliert, ob sie von anderen angeschaut, mit Herzen markiert, zitiert und kommentiert werden.

Was an Zach Kings Videos so magisch wirkt, hat also keineswegs nur mit der Schnitttechnik und den Loops zu tun. Es ist die Teilnahme an einem unüberschaubaren Geschehen, das sich durch die Bewegung aller Beiträge und Eingriffe auf der gesamten Plattform ergibt. Es ist das Involviertsein in einen Vorgang der Rezeption, der noch in den kleinsten Bewegungen produktive Folgen hat. Es ist die direkte Rückkoppelung mit einem Beitrag, den eine andere Person gesendet hat, durch die Energien an den Beitrag abgegeben und zugleich von ihm aufgenommen werden.
Im Fall von Zach Kings Posts ergibt das bei Vine komplexe Verwirbelungen, die andere Plattformen erreichen und schließlich sogar aus dem Web 2.0 heraus die klassische Presse und das Fernsehen erreichen. Sie erzeugen einen temporären Sog, durch den weitere Aktivitäten in Gang gesetzt werden, die zu einer Bewegung führen, die man dann als „Netz-Phänomen“ bezeichnen kann – oder die eben, verkürzt auf das einzelne Werkstück zurückgerechnet, magisch erscheinen.

5

Was Zach King produziert, ist Teil einer viel größeren tektonischen Bewegung, mit der sich der Umgang mit dem Bewegtbild im Netz verändert. Sichtbar wird das außerhalb von Vine an den GIFs, die sich seit ein paar Jahren massenhaft im Netz verbreiten (https://news.artnet.com/art-world/a-brief-history-of-animated-gif-art-part-one-69060).

Auch GIFs arbeiten mit der Nachbild-Technik. Auch sie operieren mit der extremen Verkürzung des Beitrags. Sie konzentrieren sich auf die Performance einer ausschnitthaften Bewegung. Sie laufen in einer Dauerschleife. Und sie lassen sich liken, zitieren, weiterverschicken, weiterbearbeiten und in andere Kontexte einbetten. Benannt sind sie nach dem zuerst 1987 veröffentlichten Programm, mit dem Einzelbilder platzsparend komprimiert und versendet werden und das als Kürzel am Ende des Dateinamens angezeigt wird: .gif – „Graphics Interchange Format“. Von Netzbrowsern werden GIF-Dateien so ausgegeben, dass die Bilder in schneller Folge nacheinander erscheinen. So langsam, dass man sie als Diaschau ansehen kann. Oder eben so schnell, dass sich der Eindruck ergibt, dass sie ineinander übergehen und eine Bewegung zeigen.
Dass das GIF für Animationen eingesetzt wird, ist ein Nebeneffekt. Die Möglichkeit, mit dem Programm Icons tanzen und rotieren zu lassen, wird erst Mitte der 90er-Jahre intensiver als Spielerei für die Gestaltung von Webseiten genutzt. Dann sorgen Lizenzstreitigkeiten dafür, dass niemand so recht mit GIFs arbeiten mag und sie sich lediglich als Sidekicks auf Myspace und verwandten Seiten verbreiten. Schließlich überholt das Flash-Programm das Graphics Interchange Format an Praktikabilität und Komfort. GIFs liefern nur grob gerasterte 8-Bit-Grafiken, die auf ein langsames Netz ausgerichtet waren. GIFs sind stumm, es gibt nur Bilder zu sehen. Und ein GIF läuft einfach durch und wiederholt sich, ohne dass man eingreifen kann.

So verbreitet sich das GIF am Ende der Nuller- und zu Beginn der Zehnerjahre des 21. Jahrhunderts gegen alle Wahrscheinlichkeiten in einem Netz, in dem man längst in Hochgeschwindigkeiten ganze Filme in HD-Qualität übertragen kann. Als es noch nicht möglich ist, YouTube-Filme auf Webseiten zu integrieren, schneiden User kleine Sequenzen heraus, übersetzen sie ins Graphics Interchange Format, setzen sie ein und verlinken sie. Ausgewählt werden müssen dafür prägnante Sequenzen von zwei bis zehn Sekunden Länge, die charakteristisch für das verlinkte Video sind.
Als beste GIFs gelten dabei aber nicht nur die besonders charakteristischen. Auf der Plattform 4chan, später auch bei Tumblr, wo auch das Einbinden von GIFs zugelassen wird, entwickeln sich eigene Wettbewerbe, die wirklich besten Ausschnitte zu finden, die etwas Abgeschlossenes erzählen, eine interessante, absurde oder witzige Bewegung isolieren, etwas Rätselhaftes entdecken oder die ästhetische Eigenständigkeit des Bewegtbildes selbst vor Augen führen. Wer sie anschaut, wird wie bei Zach Kings Videos in eine Schleife gezogen, die hypnotisch wirkt. Jedes Stück für sich scheint verständlich und unverständlich zugleich. Jedes erscheint aus einem größeren Kontext genommen und auf sich allein gestellt. Und jedes verweist die Betrachter*innen auf den Kontext, dem es entnommen ist. Weil das in der Kürze des Stücks nicht zu verstehen, allerhöchstens auszubalancieren ist, rutscht man beim Betrachten immer gleich in die nächste Schleife hinein.

Es ist deshalb kein Zufall, dass man auf lauter Listen und Sammlungen stößt, wenn man „GIF“ und „hypnotic“ googelt. Hier findet man Spitzenprodukte, an denen man haften bleibt, weil man beim Betrachten in eine dynamische Balance gerät, aus der man nur schwer herausfinden kann. Mit dieser Wirkung entstehen laufend neue Mikrofilme, die an experimentelle Videokunst erinnern (http://www.buzzfeed.com/lbailey211/30-artists-proving-that-gifs-are-the-next-great-ar-e9sd#.gxq76ojag). Es entstehen auch die so genannten „Reaction-GIFs“. Sie konzentrieren sich auf Gesichter, Körperhaltungen oder Bewegungen, die Wut, Trauer, Verzweiflung, Resignation, Hingabe, Liebe, Erregung, Gleichgültigkeit, Großzügigkeit, Ekel, Arroganz, Selbstverliebtheit, Abschätzigkeit oder Überheblichkeit zum Ausdruck bringen. Da sie das im Loop tun und damit immer wieder denselben Ausdruck und dieselbe Geste wiederholen, wirken sie besonders intensiv (https://reactiongifsarchive.imgur.com).
Scrollt man durch die Tumblr-Blogs, auf denen nur GIFs gepostet werden, oder steuert eine der Suchmaschinen an, die sich mittlerweile auf das Finden von GIFs spezialisiert haben, lässt sich eine visuelle Enzyklopädie der Mimiken und Körpersprachen in den Bewegtbildern des 20. und 21. Jahrhunderts entdecken (http://giphy.com). Sie wird fortlaufend erweitert von Usern, welche die Filmmaterialien, die im Netz kursieren, massenhaft und unsystematisch durchsuchen, zerlegen und in GIFs umwandeln. Auch für diese Umwandlung gibt es mittlerweile eigene Seiten (http://gifmaker.me). Auf ihnen werden die hochgeladenen GIFs gesammelt und immer auch den anderen Usern zur weiteren Verbreitung zur Verfügung gestellt.

Da Reaction-GIFs große Gefühle und Bewegungen im Miniaturformat vorstellen, werden sie genutzt, um in den Kommentar-Threads der sozialen Medien als Antworten gepostet zu werden. Sie heißen eben so, wie sie heißen, weil man mit ihnen auf ganz spezielle Weise reagieren kann. So werden so genannte Facepalm-GIFs gepostet, wenn man der eigenen Resignation angesichts der Dummheit des vorhergehenden Posts oder Kommentars Ausdruck verleihen will. GIFs mit kurzen abschätzigen Blicken setzt man ein, wenn man zeigen will, wie sehr man das Vorangegangene verachtet. Eine Sequenz mit feiernden Menschen wird gepostet, wenn man zeigen will, dass es einen Anlass zum Feiern gibt. Da sich die Stücke, die unterschiedlichen Filmen entnommen sind, in Nuancen unterscheiden, lassen sich diese Reaktionen ausgesprochen fein nuancieren. Wo Reaction-GIFs einge-

setzt werden, hat sich dementsprechend eine fein nuancierte Kommunikation mit Bewegtbildern ergeben, über die sich ganz neuartige Filmsequenzen für den ergeben, der durch die Kommentarspalten scrollt.

6

Wenn die Stories, die man sich im Netz erzählt, immer kürzer, immer schneller und immer flüchtiger werden, dann lässt sich mit Zach Kings Trickvideos und den GIF-Sekunden-Filmen verstehen, wie Kürze, Schnelligkeit und Flüchtigkeit durch Tricks und Strategien kompensiert werden. Die Fokussierung auf eine kurze Szene, eine Aktion oder eine Bewegung stellt etwas Ganzes her, das durch den Loop immer weiter vergrößert wird. Für den, der länger auf ein GIF schaut, verwandelt sich die Miniatur in etwas Großes, das die gesamte Wahrnehmung in Beschlag nimmt. Das heißt: Was so kurz und schnell und flüchtig scheint, wirkt so, als sei es unendlich lang, als käme es nicht von der Stelle und als sei es gemacht, um sich auf schicksalhafte Weise wiederholen zu müssen, ohne dass es sich beenden kann.
Mit anderen Worten: Ganz offensichtlich folgen die Mikrofilme den Hochgeschwindigkeiten im Netz und scheinen sie sogar noch überbieten zu wollen. Doch tun sie das, indem sie mitten im Rauschen für einen kurzen Moment für den Betrachter Raum und Zeit auflösen und dadurch eine Zeitlosigkeit herstellen, die im Rückblick eigenartig lang erscheint, auch wenn sie tatsächlich nur ganz kurz gedauert hat. Hinzu kommt die Interaktivierung des Bewegtbildes. Die geloopten Kürzestfilme sind mit Eingriffsmöglichkeiten umstellt, die den Betrachter*innen die Möglichkeiten geben, eigene Dynamiken inmitten großer Verwirbelungen zu erzeugen. Sie involvieren, sie aktivieren und erhöhen damit die Wahrscheinlichkeit, dass man sich länger mit Einzelstücken beschäftigt und sie sich aneignet. Gerade weil sie kurz und schnell und flüchtig sind, erhöhen sie die Bindekraft. Wenn Kürze, Schnelligkeit und Flüchtigkeit mit Prägnanz und Pointierung und einer Rätselhaftigkeit verbunden wird, die nicht mit einem Mal zu verstehen ist, dann bleibt man dran, dann drückt man eher den Like-Button, setzt es eher in die eigeneTimeline, lädt es runter, bearbeitet es und lädt es wieder hoch.
Und das heißt dann: Die einzelnen Filmchen mögen kurz und schnell und flüchtig sein. Aber sie werden dadurch, dass sie sich in neue Kontexte setzen lassen, mit anderen Texten, Bildern und Filmsequenzen verbunden. Sie haben die Möglichkeit, sich mit anderen Beiträgen zu verketten. Und weil sie unendlich kopierbar sind, können sie in immer neuen Kontexten immer wieder mit anderen Stücken verkettet werden.

Die Kürzestfilme, die deshalb im Netzkontext am besten funktionieren, sind jene, die eine hypnotisierende Eigenständigkeit erreichen, indem sie Betrachter*innen affizieren, sich dabei aber niemals ganz preisgeben und dazu nötigen, sich die nächste Schleife auch noch anzusehen. Und es sind zugleich jene, die nicht sie selbst bleiben wollen, sondern ihre Kraft entfalten, wenn sie als Teilstücke in längere Erzählzusammenhänge eingesetzt werden.
Das zu wissen ist nicht unwichtig, wenn es stimmt, dass sich das Web derzeit für die meisten User*innen immer weiter ins Social Web verschiebt und immer ausschließlicher über die Timelines der Social Media Apps wahrgenommen wird. Wenn das Bewegtbild diese Timelines erobert und die User*innen damit zugeschüttet werden, dann ist die Frage, an welchen Posts man hängen bleiben wird und an welchen man einfach vorüberscrollt.