

Maria Männig

Instagram als Hyperimage

Hypertext versus Hyperimage

Als Äquivalent zum Hypertext entwickelt Felix Thürlemann seine Theorie des Hyperimages.¹ Deren Schlüsselement bildet die Idee des Links. Verlinkungen, vor allem visueller Natur, will der Autor in besonderem Maße im Feld der Kunst erkennen. Als kulturgeschichtliche Konstante verfolgt Thürlemann das Prinzip des visuellen Links zurück in die Frühzeit des musealen Dispositivs. Der Begriff des Hypertexts wird dabei gegenüber dem des Hyperimage komplementär aufgeladen. Dieser Kunstgriff ermöglicht es, Hypertextualität in den analogen Raum hineinzudenken.

Hypertext charakterisiert die datenbasierte Vernetzung diversester Objekte. Deren Struktur basiert auf dem binären Code und damit auf einer textähnlichen Struktur. Hypertext meint also keinen Text im konventionellen Sinn, der menschliches Verständnis voraussetzt, sondern ist auf Maschinenlesbarkeit hin angelegt. Die Hypertextualität prägt uns aufgrund der Dynamisierung des Internets und der zunehmenden Digitalisierung sämtlicher Lebensbereiche in den letzten Jahren immer umfassender. Das bewusste Navigieren von Verweis zu Verweis wird längst durch unbewusste Komponenten erweitert. *Recommendation Systems* generieren auf Basis akkumulierter Daten Vorschläge. Diese betreffen Produkte in Onlineshops wie Leseempfehlungen öffentlicher Bibliotheken gleichermaßen. Vernetztes Denken und Handeln ist damit stärker und offensichtlicher zu einem Faktum und darüber hinaus zunehmend zu einer gefühlten Bedrohung geworden.

Thürlemanns Idee des Hyperimages richtet den Blick auf diese Vernetzungssphänomene, indem er den Fokus auf die Rolle von Bildern legt. Seine Theorie konvergiert mit einem überdeutlich wahrnehmbaren Trend hin zu audiovisuellen Formaten. Über das Einzelbild hinausgehend, entwickelt sich dieser hin zu komplexen Bildarrangements, die sowohl bewegte oder interaktive als auch – durch die Produzent/innen – aktivier-

te Bilder einschließen. Die Instagram-Filter oder Snapchat-Linsen erlauben die Modifikation digitaler Aufnahmen in Echtzeit. Das Smartphone stellt die wichtigste Schnittstelle innerhalb dieser Mediatisierungsprozesse dar, indem es passive und aktive Momente der Bildbenutzung miteinander vereint.

Die Linse der Kamera öffnet den Blick in die Welt allzeit fixierbarer Augenblicke, die Frontkamera liefert ein Spiegelbild, das sich gleichfalls festhalten lässt und Apps helfen dabei, das Abbild einer allzu schnöden Realität mit dem Reiz des Außergewöhnlichen zu versehen. Durch sie wird die Kamera zum Kaleidoskop, welches das Reale nicht nur moduliert und modifiziert, sondern auch dauerhaft festhält.

Neben dem Produzieren und dem Konsumieren stellt das Kuratieren von Inhalten einen dritten wichtigen Pfeiler des visuellen Handelns im Netz dar. Kuration könnte man als eine aktivierte Form der Rezeption bezeichnen, die zwischen zwei an und für sich konträr gelagerten Bereichen anzusiedeln ist.

Begriff wie Anspruch sind inzwischen aus der eng gefassten Sphäre der Kunst erfolgreich in die sozialen Netzwerke diffundiert, wo sie alltägliche Praktiken bestimmen und unterschiedliche Grade an Professionalisierung aufweisen. Hyperimages nach Thürlemann bezeichnen derartige Formen und Formate kuratierter Inhalte, die der Autor beispielhaft in historischen Sammlungssettings, anhand der Bildpraxis einzelner Kunsthistoriker sowie als Teil einer künstlerischen Aussage untersucht. Zeitgenössische digitale Hyperimages aber lässt die Studie weitestgehend unbeachtet. Hier setzt der vorliegende Beitrag an, indem er am Beispiel von Instagram fragt, welchen strukturellen Eigenschaften Hyperimages in sozialen Netzwerken unterliegen.

Hashtag-Ordnungen: Das Haus am Meer



Abb. 1: Katharina Grosse, *Rockaway! at Fort Tilden*, Installation Shot

Bilder im Netz wie in Datenbanken werden primär durch Tags, also Schlagworte, systematisiert und damit auffindbar gemacht. Anwendungen, die intellektuelles Tagging ermöglichen, sind in den meisten Plattformen und Anwendungen wie Flickr oder Wordpress bereits integriert und erlauben die Vergabe von Schlagworten, die wiederum die interne und externe Suche erleichtert.

Der Hashtag bildet so etwas wie die Metaebene des Tags. Durch ihn lassen sich spezifische Ereignisse protokollieren. Die Suchfunktion erlaubt es umgekehrt alle per Hashtag markierten Inhalte, gebündelt darzustellen. Sowohl in Echtzeit als auch im Nachhinein wird der Hashtag somit zu einem Darstellungsmittel. Hashtags sind in ihrer Menge eindeutig quantifizierbar und bilden Trends ab. Damit stellen sie Instrumente der Stratifizierung dar, die den digitalen Raum hierarchisch gliedern. Die Aufmerksamkeit wird im Wettlauf um Klickraten kanalisiert, in diesem Sinne kann der Hashtag erfolgreich dem Marketing und der Werbung dienen. Hashtags können ebenfalls zu Nachrichtenkanäle werden, über die aktuelle News zu Vorfällen, wie Terroranschlägen, verbreitet werden. Umgekehrt bietet der Hashtag eine Navigationshilfe. Jede/r kann Hashtags kreieren, sie können gezielt gekapert und somit für das eigentliche Kommunikationsziel unbrauchbar gemacht werden. Die Beliebtheit von Hashtags führt qua Überstrapazierung nicht selten zu ihrer Sinnentleerung.

Hashtag-Kampagnen im Kulturbereich begleiten inzwischen Ausstellungen, Bloggerreisen sowie einzelne Social-Media-Aktionen der Museen. Einmal etabliert, bleiben Hashtags nicht selten zeitlich weit über das eigentliche Ereignis hinaus aktiv und generieren weiterhin Beiträge, wie dies etwa bei #Berlinbiennale, oder deutlicher bei #artbasel2016 auf Instagram erkennbar ist. Derartige Hashtag-Ordnungen bilden Hyperimages *par excellence* aus, die als rasterförmige Bildsammlungen entgegnetreten (Abb. 2–3). Indem sie sich zunehmend stabilisieren und als Masse wahrnehmbar werden, unterliegen sie zugleich dynamischen Prozessen, die sich sowohl in neuen Beiträgen manifestieren als auch im Verschwinden einzelner Bilder, die durch die User wieder gelöscht werden.

Hashtags ermöglichen digitale Formen des Kuratierens, als einer der vielleicht signifikantesten Handlungsformen in der Social-Media-Welt. Das digitale Kuratieren bedeutet einen auktorialen Gestus der Teilnahme vieler durch eine Selbsteinschreibung in Kommunikationsprozesse. Dieses setzt ein Paradigma fort, das ursprünglich dem Kunstbetrieb entstammt. Mit Harald Szeemann wurde der Kurator zur zentralen Figur der Kunstwelt, der in den letzten Dekaden zunehmend die Existenzsphäre der Künstler/innen überstrahlt. Kuratieren bedeutet, die Rollen und Wertigkeiten innerhalb des Kunstsystems zu definieren. Die sozialen Medien stellen eine Erweiterung dessen in die Sphäre allgemeiner Kommunikation dar. Damit zeigt sich einmal mehr, dass das Gentrifizierungspotenzial des Kunstsystems keineswegs an der Industriebranche endet, sondern seine Wirkmacht ganz selbstverständlich bis in den digitalen Raum hinein entfaltet.

Katharina Grosse und Klaus Biesenbach repräsentieren ein für den Kunstbetrieb paradigmatisches Erfolgsduo, bestehend aus ‚Siegerkünstlerin‘² und Star-Kurator. Im Sommer 2016 wurde die in Kooperation mit dem PS1 realisierte Installation „Rockaway! at Fort Tilden“ von Grosse zum Instagram-Hit. Unter dem Hashtag #RockawayColors teilten die User Fotos der Installation.

Das Meer, so zeigt es der *Installation Shot*, hat den Strand und ein leerstehendes Gebäude mit roter Farbe überspült (Abb. 1).³ Eingebettet in eine Dünenlandschaft aus zartem Gelb und sattem Grün unter blauem Himmel, der von feinen Zirren durchmasert ist, ver-

fängt sich die dem Meer entströmende Pigmentwolke aus Zinnober- und Weißtönen in der strengen Geometrie des eingefärbten Hauses. Es ist eine Hausfassade, wie sie einfacher und symmetrischer nicht sein könnte; der Prototyp von ‚Haus‘, das sich auf endlosen Kinderzeichnungen findet, mit Satteldach, Tür in der Mitte, zwei Fenstern links und rechts und einem Schornstein. Die symmetrische Einsamkeit ruft die Bildwelten von Edward Hopper ins Gedächtnis. Störend erscheint allenfalls, dass in den Öffnungen dieses Hauses gähnend dunkle Leere zu herrschen scheint, was diese vermeintliche Behausung auf den zweiten Blick als Ruine ausweist.

Auf diese Weise zweckentfremdet, hält nun die Kunst Einzug, wie dies bereits unzählige Male in den letzten

Jahrzehnten im Bereich der Industriebrachen durchexerziert wurde. Mit der Streetart bzw. dem Graffiti wird ein weiteres an und für sich urbanes Element in die Naturkulisse versetzt. Hier nun fusioniert das Ganze mit der Tradition der Land Art, denn das Haus steht einsam am Strand.

Unter dem Hashtag #RockawayColors entwickelte sich um den offiziellen *Installation Shot* herum eine ganze Bilderkaskade, die unterschiedlichste Eindrücke dokumentiert. Sie reichen vom Ich-War-Hier-Gestus des Einzel- oder Gruppenselfies, die das besuchte Objekt in den Hintergrund oder ganz aus dem Bild herausrücken, bis hin zu dokumentarischen Aufnahmen, die bewusst mit der objektivierenden Ästhetik von *Installation Shots* konkurrieren.

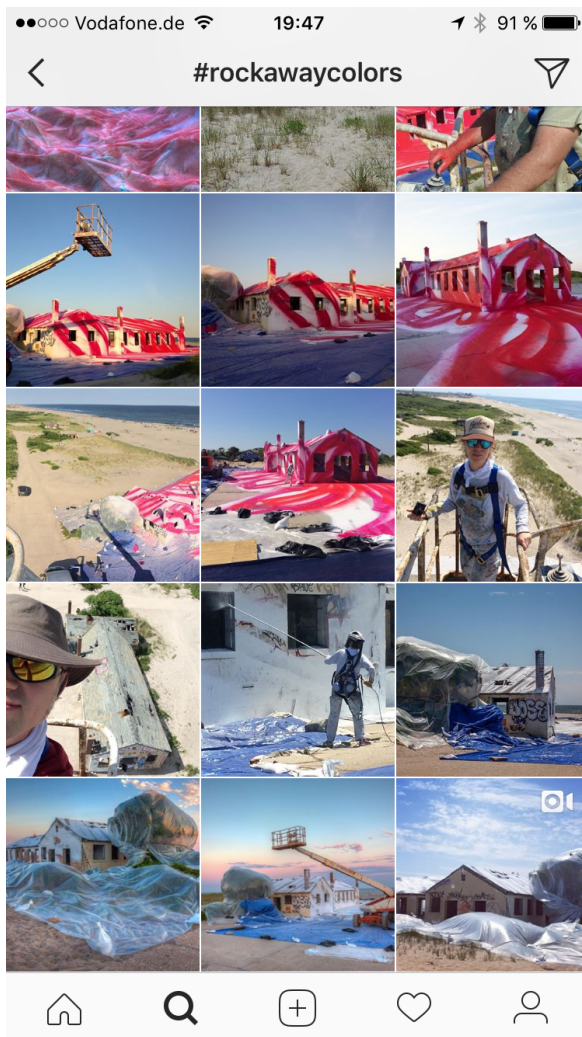


Abb. 2: Screenshot #RockawayColors (Juni, 2016)



Abb. 3: Screenshot #RockawayColors (Juli, 2016)

Zwischen diesem höchst subjektivierenden Pol einerseits und dem möglichst objektivierenden Pol andererseits entfaltet sich eine Vielfalt von Zwischenstufen.

Die Chronologie von #RockawayColors entwickelt sich im Juni 2016 in der Entstehungsphase des Kunstwerks (Abb. 2).⁴ Wir sehen, wie die Umgebung weitläufig von Plastikplanen abgedeckt ist, um der großflächigen Airbrush-Koloration eine klar umrissene Kontur zu geben. Der Hebekran legt die Logistik des Unternehmens offen. Kranfahrer und Künstlerin posieren. Die Schutzmonturen, die Farbspuren auf der Folie, das Sperrschild, sie vermitteln Spuren des Authentischen im Herstellungsprozess, zeigen die Gemachtheit, sie gewähren Einblicke in das *Making Of*.



Abb. 4: Screenshot #RockawayColors. Aufnahme aus der Vogelperspektive, Katharina Grosse winkend (unten links)

Der Instagram-Stream verdichtet sich um das Ereignis der Vernissage Anfang Juli (Abb. 3). Er bezeugt etwa, dass Kurator Klaus Biesenbach hier eine Rede gehalten hat. Wir sehen Menschen, die vor dem Werk posieren – etwa die Künstlerin selbst – und solche, die zufällig ins Bild geraten. Vergleicht man die Screenshots, fällt auf, dass Rottöne nun gegenüber den Blau- und Grüntönen deutlich dominieren. Aus der Vogelperspektive etwa erschließt sich das Kunstwerk in seiner wahren Dimension (Abb. 4). Innenaufnahmen und Ansichten, die das Objekt diagonal ins Bild setzen, geben Auskunft über die Lage und Ausdehnung der Architektur und des farbigen Areals. Es handelt sich um eine Halle über einem T-förmigen Grundriss, die auch im Innenbereich durchgefärbt ist.

Der *Installation Shot* erzeugt hingegen einen Eindruck, es handele sich hier um ein einfaches Haus am Meer, also vielleicht dem vielbeschwoendsten aller Sehensuchtsorte. Eingefärbt erhält dieser allerdings einen schwankenden Status, changiert zwischen suggerierter Privatheit und einem Wahrzeichen bzw. dem Ausflugsziel. Mit Danto gesprochen, vollzieht sich durch den Einsatz der Farbe hier die Verklärung des Gewöhnlichen im wörtlichen Sinne.

Wie #RockawayColors dokumentiert, wird es nach dem 4. Juli ruhiger in Fort Tilden. Das Werk gewinnt auf den Fotos seinen solitären Charakter zurück. Die Fotograf/innen variieren die Blickrichtung auf das Objekt, man experimentiert mit Details und Ausblicken auf den Strand.

Surfer laufen vorbei. Hochzeits- und Modefotograf/innen wählen die Installation als Kulisse. Klaus Biesenbach kehrt im August zurück. Die Installation ist allen möglichen Witterungsbedingungen ausgesetzt und verklärt sich in all diesen Momenten neu. Wenn „Rockaway!“ unter Wasser steht, erscheint das gefärbte Haus nicht nur als reizvolle Spiegelung verdoppelt, sondern es offenbart sich auch umso deutlicher, dass der vermeintliche Strand eigentlich zubetoniert ist. In den Instagram-Sonnenuntergängen verschwimmt „Rockaway!“ mit dem Himmel. Im Dezember steht der Mond rund und rosa über dem eingefärbten Haus (Abb. 5). Als es schneit, gewinnt die Installation im umgebenden Weiß wieder den durch den *Installation Shot* bereits fixierten Zustand der Fremdheit an diesem Ort zurück.



Abb. 5: Screenshot #RockawayColors

Die letzten Fotos im Stream experimentieren mit altem Polaroid-Material. #RockawayColors gerinnt zu reinem Schwarz-Weiß und wird in der analogen Fotografie ad absurdum geführt.

Die Geschichte dieses Hashtags zeigt, wie vielfältig die Auseinandersetzungen geraten können. Sie reichen von der Profi-Fotografie, über das aufwändig produzierte Image-Video bis hin zu einer Reihe von mehr oder weniger experimentellen Ansätzen. Ebenso variiert der Grad an Autorisierung. So speist die Künstlerin ihre eigenen Bilder in den Strom ein, die sich dann gleichrangig zu jenen von anderen Instagrammern verhalten. Auch der Kurator repostet Beiträge, die er für besonders gelungen hält, und schaltet sich somit regulierend in den visuellen Diskurs ein. Dies zeigt, dass Schwarmintelligenz und autoritative oder

institutionelle Handlungen einander durchaus überlagern, bedingen und auch legitimieren. Als diese unterschiedlichen Bilder verbindendes Element dient einzig der Hashtag. Er erzeugt ein digitales Hyperimage, das

durchaus auch als Instrument der Hierarchisierung und Stratifizierung der Web-Inhalte und damit in letzter Konsequenz auch als Machtinstrument zu deuten ist. Längst hat sich unter dem Stichwort Influencermarketing ein Wirtschaftszweig entwickelt, der die sozialen Medien zu Werbezwecken zu nutzen weiß.

Mimesis und Memetik. Von Messerschmidt bis Maillol

Vor allem im Bereich der Kunstvermittlung kommen Social-Media-Aktionen zunehmend zum Einsatz. Der Hashtag #MusePose wurde ab Januar 2015 vom Getty Museum lanciert.⁵ Hier stellen die Besucher/innen einzelne Werke nach Art von *Tableaux Vivants* nach und posten das Ganze. Es fällt auf, dass figurative Werke, insbesondere Skulpturen von der Antike bis zum 20. Jahrhundert, bevorzugt Teil der Aktion werden. Die Auseinandersetzungen mit Maillol, Ducreux und Messerschmidt sollen an dieser Stelle intensiver diskutiert werden. Die Werke verbindet ihr exzentrischer Charakter, der sich in Mimik und Gestik äußert und somit ein hohes Maß an Wiedererkennungswert besitzt.

Die Skulptur „Luft“ von Maillol zeigt einen auf der Seite lagernden weiblichen Akt (Abb. 6). Der Körper ruht auf einem relativ kleinen Bereich, zwischen Hüft- und Oberschenkelknochen. Von hier aus richtet sich der Rumpf auf. Ihren linken Arm streckt die Figur parallel zum Boden aus, der angewinkelte rechte Arm scheint im Begriff zu sein, diese Bewegung nachvollziehen zu wollen. Der Kopf folgt der ausgestreckten Hand und bietet sich im Profil dar. Die Beine schweben waagrecht über dem Boden. Aus der Anspannung der Körpermitte erzeugt die Figur den Eindruck des Schwebens. Dieser Kraftakt wird allerdings nicht sichtbar. Der Bewegungsapparat, bestehend aus Knochen, Sehnen und Muskulatur, dringt nicht an die in perfekt gerundeter Weiblichkeit erscheinende Oberfläche durch. Die Kunst überwindet alle Anstrengung, setzt



Abb. 6: Screenshot #MusePose mit Maillol

die Schwerkraft des Materials außer Kraft und führt vor, wie eine Frauengestalt einfach zu schweben scheint. Die Skulptur nachzustellen, bedeutet, sich performativ in die Pose einzufühlen, sie im Rahmen eines Embodiment anders und vielleicht intensiver zu erfahren, als durch reine Anschauung.

In der Ausführung von #Musepose zeigt sich, dass Alter, Geschlecht, Anzahl der Akteur/innen, sowie die gewählte Perspektive und die Art der Interpretation und ihre Qualität stark variieren. Es ergeben sich Spannungsverhältnisse zwischen Original und nachgestelltem Bild (Abb. 6–8).

Auch das „Selbstporträt beim Gähnen“ von Joseph Ducreux stimuliert in besonderer Weise zur Nachahmung (Abb. 7). Körperlichkeit ist hier nicht in ein allegorisches Zeichen überführt, sondern die an und für

sich repräsentative Form des Porträts wird nun zur Experimentierfolie künstlerischer Individualität. Die Malerei konkurriert mit der Wirklichkeit, indem sie einen nur Sekunden währenden körperlichen Reflex, dauerhaft ins Bild bannt. Malerei führt vor, was sie zu darstellen in der Lage ist. Radikal ist dies zu einer Zeit, als der offene Mund in der Porträtkunst noch weitestgehend tabuisiert war.

Das Gähnen besitzt eine hochgradig ansteckende Wirkung. Studien zeigen, dass selbst die Abbildung des Gähnens oder die Beschreibung desselben, Proband/innen ihrerseits zum Gähnen animiert. In besonderer Weise werden hier die Spiegelneuronen aktiviert. Aufgrund des physiologischen Reizes, den das Bild ausübt und aufgrund seiner Intimität und Privatheit, die es zu suggerieren in der Lage ist, tritt es mit der Alltags-



Abb. 7: Screenshot #MusePose mit Ducreux



Abb. 8: Screenshot #Musepose mit Messerschmidt

erfahrung des Publikums in ein direktes Verhältnis. Ducreux steht mit seinen Charakterstudien in Auseinandersetzung mit einem Diskurs um die Affekte im Frankreich des 17. und 18. Jahrhunderts. Während bei Hofe die Mimik stark kontrolliert wurde, rang die Kunst um adäquate Darstellungsmittel von psychischen Zuständen, Charles Le Brun hatte um 1668 die wichtigsten Gefühlsausdrücke mit dem Ziel systematisiert, ein decodierbares System zu schaffen, das Künstler/innen zur Anleitung dienen konnte (Abb. 9). Das Werk zirkulierte vornehmlich in Stichen.⁶ Das Konzept der „Seelenmahlerei“⁷ verknüpft der Autor laut deutscher Ausgabe direkt mit der Idee des Genies. In dieser Lesart wird die Fähigkeit zur adäquaten Darstellung innerer Bewegung zur absoluten Maßgabe für das künstlerische Handeln erklärt. In einer ähnlichen Gemengelage, zwischen höfischer Repräsentation und individueller Suche nach dem Ausdruck, steht das Werk Franz Xaver Messerschmidts. Wie Le Brun und Ducreux für den französi-

schen, schuf Messerschmidt seine Werke für den österreichischen Hof. Seine Charakterköpfe wurden vielfach in Bezug auf eine pathologische Persönlichkeitsstörung ihres Autors diskutiert. Nüchterner betrachtet, lassen sie sich als Transfer physiognomischer Studien in das Feld der Skulptur interpretieren und stehen somit in der Tradition des Paragone. Verfolgt man die Geschichte der Affektkodierung weiter, so zeigt sich, dass die Emojis für die gegenwärtige digitale Kultur einen wichtigen Stellenwert besitzen. Ab den 1990er-Jahren wurden sie für die Pager entwickelt. Mit einer stetig wachsenden SMS- und Chatkultur haben sie zunehmend an Bedeutung gewonnen. Emojis begleiten den textuellen Austausch, durch sie wird ein spezifischer Sinn, der sich im direkten Gespräch stärker aus dem Kontext, aus Tonfall und Mimik ergeben würde, verdeutlicht. Das Zwinker-Smiley zeigt etwa die ironische Bedeutung des Getexteten an. Andere Emojis unterstreichen spezifische Stimmungen, wie Wut oder Staunen.

Wolfgang Ullrich hat einen Zusammenhang von Messerschmidts physiognomischen Studien bis hin zu Phänomenen wie dem Selfie oder Emoji hergestellt.⁸ Seiner These nach normieren die Emojis die Selfie-Mimik und generieren somit eine Art universalen, global wirksamen Code.

Besonders im Fall einer Messerschmidt-Büste des Getty Museums, bietet sich ein Vergleich mit dem Confounded Face (☹️) an, das in der ideogramatischen Sprache von Chats und SMS Bestürzung ausdrückt (Abb. 8). Nicht nur die expressiv zur Karikatur verzerrte Gesichtsmuskulatur, deren Anspannung bis in den Hals und Nacken- und Brustbereich reicht, motiviert zur Nachahmung. Insbesondere auch der Wiedererkennungswert des Smileys spielt dafür eine nicht unerhebliche Rolle. Wie ein Kommentar dieses Instagram-Posts zeigt, bringen die User die Büste selbstverständlich mit dem Emoji in Verbindung. Die Form des hier dargestellten Ausdrucks lässt sich über Messerschmidt bis hin zu Le Bruns „Weinendem“ zurückverfolgen. Daraus wird deutlich, dass wir es nur hinsichtlich der technischern Realisierung mit einem rezenten Phänomen zu tun haben.

Im Falle von #MusePose kommt es im Hinblick auf das Hyperimage zu einer brisanten Verdichtung. Der Fokus richtet sich nämlich nicht nur auf ein Objekt bzw. Ereignis, wie bei #RockawayColors, sondern es finden konstant Verdopplungen statt. Thema ist das Werk sowie seine Imitation. Jede erfolgreiche Aneignung erzeugt neue Varianten und wird somit ihrerseits reproduzierbar. Einmal gefunden, werden gelungene Kombinationen laufend repetiert. Somit entstehen innerhalb des Instagram-Streams immer wieder Knoten, an denen sich bestimmte Motive verdichten.

In der Tradition des *Tableau Vivants* stehend, wird hier das Produzierte dauernd reproduziert. Birgit Jooss charakterisiert die Überführung des *Tableau Vivants* in die Fotografie als zweifach potenzierten Medienwechsel: „Das nachgestellte lebende Bild- selbst schon Reproduktion- wurde zum reproduzierbaren ‚neuen‘ Original.“⁹ *Tableaux Vivants* wurden im 18. Jahrhundert vor allem in vornehmen Kreisen inszeniert, wobei dieser performative Akt dem Moment seiner Ausführung verhaftet blieb. Erst mit Hilfe der Fotografie wurde das transitorische Bild somit dauerhaft fixierbar und distribuierbar. Erst die Fotografie stellte Vergleichbarkeit

mit dem Original bzw. anderen Reproduktionen her. Von einem *Tableau Vivant*, das Edgar Degas nach Jean-Auguste-Dominique Ingres „Die Apotheose des Homer“ (1827) anfertigen ließ, ist beispielsweise überliefert, dass es sehr zur Unzufriedenheit des Künstlers geriet.¹⁰

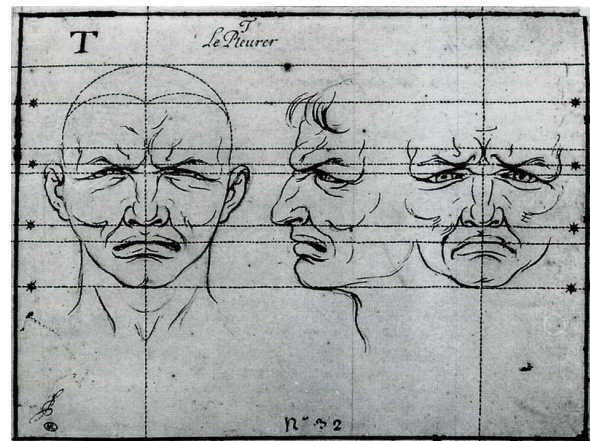


Abb. 9: Charles Le Brun, *Der Weinende*, 1667/68

Erst das Smartphone ermöglicht das Inszenieren von *Tableaux Vivants* vor Ort in Sammlungen und Museen in direkter Auseinandersetzung mit den Originalen. Das lebende Bild begibt sich somit in unmittelbare Konkurrenz und Differenz zu seinem Vorbild. Eventuell nicht zufriedenstellende Ergebnisse können gleich vor Ort korrigiert werden. Auch die weltweite Distribution über die sozialen Netzwerke ist sofort möglich. Das nachgestellte Kunstwerk wird in dieser Situation zum Medium. Es wird zum Maßstab der aktuellen Kunsterfahrung und gleichzeitig konturiert es die individuelle Selbstinszenierung. Damit werden zwei gegenläufige Prozesse, ein nach innen und ein nach außen gerichteter, miteinander vereint. Das Ergebnis, die Reproduktion, wird somit wiederum Thema und Vorbild weiterer Versionierungen.

Digitale Hyperimages, so zeigt dieses Beispiel, breiten sich nicht einfach nur rasterförmig und räumlich aus – wie im Fall von Instagram über ein strikt dreispaltiges Layout –, sondern auch in der Zeitlichkeit. In ihnen bildet sich ein evolutiver Prozess ab, der sich aus Varianten und Abbildern kontinuierlich weiterentwickelt. Nicht nur als Bildmasse, sondern auch in ihrer Entwicklungslogik bilden sich somit dynamische Hyperimages, da jedes neue Bild ein Resultat der vorher ge-

zeigten Varianten ist. Hier kommt es, wie bei allen Internetphänomenen, zu einem hohen Grad an Spannung zwischen der individuellen Ausformung und dem zugrundeliegenden Muster.

Formate wie #MusePose entfalten dabei memetischen Charakter. Die Memtheorie resultiert aus der Evolutionsbiologie und folgt der Annahme, dass die Imitation von Vorbildern mit an der Höherentwicklung von Lebewesen beteiligt ist. In einem erweiterten Sinn werden kulturelle Einheiten als Mem bezeichnet, die durch Kopie oder Imitation von Mensch zu Mensch weitergegeben werden. In besonderer Weise erfährt der Begriff im Bereich der digitalen Kultur Anwendung. Limor Shifman hat insbesondere für das Internet-Mem konkrete Eigenschaften definiert: Die Botschaft ist demnach witzig, relativ einfach, die Idee folgt dem Prinzip der Wiederholung und der Inhalt referiert meist auf die Popkultur.¹¹ Auch wenn Text-Bild-Kombinationen, wie LOLCATS, die vielleicht gängigste Form des Mems sind, so können auch audiovisuelle Artefakte memetische Qualitäten entfalten. Beispiele für performative Memes sind etwa der *Gangnam-Style* oder der *Tech-noviking*.

Keinesfalls zu vernachlässigen ist die Verwandtschaft des Kunstwortes ‚Mem‘ mit einer Kernkategorie des Kunstdiskurses. Die Mimesis bezeichnet seit der Antike die Kunst der Nachahmung. Einem Wettlauf um die überzeugendste Form der Naturnachahmung stand die Frage entgegen, bis zu welchem Grad diese kunstwürdig sein kann. Das Verhältnis von Imitatio und Inventio war stets ein zentrales Problem der Kunsttheorie.

Phänomene wie Mem und Selfie gehören untrennbar zusammen. Insbesondere das mit Frontkamera ausgestattete Smartphone hat mit dem Spiegel und der Fotografie zwei grundverschiedene Reproduktionstechniken miteinander verschmolzen. Das mit dem Smartphone aufgenommene Foto vom Selbst erlaubt die Fixierung eines prinzipiell flüchtigen Moments. Es handelt sich um ein eingefrorenes Spiegelbild, das den Urheber/innen in seiner Produktion und Distribution die volle Kontrolle über dieses ermöglicht. Längst hat sich das Selfie als Genre etabliert, in dem sich laufend Subgenres ausdifferenzieren.¹² Als solches besitzt es ebenfalls Mem-Charakter, denn ein Selfie zieht in allen seinen Subkategorien weitere Selfies nach

sich.

Das memetische und mimetische Begehren der Smartphone-User richtet sich nicht nur auf die nachzunehmenden Objekte selbst, sondern auch auf die bereits erfolgten Nachahmungen. Dieser mimetische Zyklus bildet eine der Grundbedingungen für das Entstehen der vorgestellten digitalen Hyperimages.

Dividuelle Produktion

Am Narzissmus-Vorwurf kondensiert sich die Kritik um die Selfie-Kultur. Dabei stellt die geschilderte komplexe Vermischung von Originalität und Normativität vor weitreichende Probleme, die sich nicht durch einfache Erklärungsmuster auflösen lassen. Internetphänomene, wie die vorgestellten Instagram-Produktionen, wie #Musepose oder #RockawayColors, zeichnen sich durch einen geringen Grad an Variation aus. Innerhalb der Internetphänomene, wie Selfies oder Memen, entwickeln sich einzelne Genres, die, um funktionsfähig zu sein, grundsätzlich wiedererkennbar sein müssen. Einzelne Bildformulare werden so erfolgreich zu Abbildungskonventionen. Mit einem Originalitätsparadigma der Moderne, das wir als Maßstab internalisiert haben, ist diesen Produktionsformen genauso wenig beizukommen wie mit den zugehörigen Subjekt-Konzeptionen.

Für ein Verständnis dieser Phänomene lässt sich allerdings das Konzept des Dividuellen fruchtbar machen: In dem Band „Dividuum. Maschinischer Kapitalismus und molekulare Revolution“ aktualisiert Gerald Raunig das Konzept des Dividuellen.¹³ Das Dividuum ist demnach eine Komponente von Persönlichkeits- und Gesellschaftskonzeptionen seit der Antike, die unter wechselnden historischen Bedingungen unterschiedliche Intensitäten erfährt. Im Gegensatz zum Individuum grenzt sich das Dividuum nur lose zu seiner Umwelt ab. Die Social-Media-Realität macht das Dividuelle auf vielfache Weise erfahrbar. Als Umkehrsituation des Stehgreiftheaters beschreibt Raunig: „Es sind nicht mehr die wenigen AkteurInnen auf der Bühne, die auf spontane Stichwörter aus dem Publikum aktiv werden, sondern die Funktion der Autor-AkteurInnen beschränkt sich darauf, die Vielen zu animieren, sich im Mitschreiben, in der Partizipation, in der Selbstfüh-

rung zu führen und zu verwerten.“¹⁴ Motor des modernen Dividualismus ist Raunig zufolge der Kapitalismus im Allgemeinen und seine elektronische Form im Besonderen. Insbesondere das Derivat steht für eine grundsätzliche Teilung von Besitzformen, die lediglich Optionen auf die Zukunft erkauft.

Auf den Bereich der visuellen Kultur umgelegt, lässt sich feststellen, dass auch hier Ideen konstant wie Derivate verhandelt und weiterverhandelt werden. Die Währung ist hier im Wesentlichen Aufmerksamkeit, die sich entweder monetär umsetzen lässt, oder durch entsprechendes Investment herstellen lässt. Ganz gegenteilig zum Konzept des Individuellen bzw. gar des Narzisstischen entwickelt sich das Dividuelle in einem Spannungsfeld zwischen dem Ich und der Masse. Nicht als gestisch aufgewertete formale Setzungen, sondern eher auf kommentar- oder zitathafte Weise, bilden die Produktionen in sozialen Netzwerken Filiationen aus, die sich rhizomatisch ausbreiten und latent Knoten ausbilden. Das Originalitätsparadigma der Moderne ist hier weitestgehend zu Gunsten des individuellen Variationsprinzips suspendiert. Digitales Produzieren und insbesondere das Kuratieren stellt keinen ausschließlich auktorialen Gestus mehr dar, sondern es reiht sich in Mannigfaltigkeiten von ähnlichen Handlungen, die untereinander getauscht werden können, ein.

Fazit

Digitale Bilder existieren in zwei unterschiedlichen Sphären, als Information und als visuelle Erscheinung. Mit der wachsenden Qualität der Bildausgabe auf den Devices gerät die Tatsache, dass es sich eigentlich um Zahlenreihen handelt und dass Rechenvorgänge das Bild erst zum Erscheinen bringen müssen, jedoch zunehmend aus dem Blick. Zu sehr verschmilzt das angezeigte Bild mit der dinghaften Realität der handlichen, flachen Ausgabegeräte. Auf den Displays gerinnen diese Informationen, meistens über einem rasterförmigen Layout, zu Hyperimages im Thürlemann'schen Sinne.

Im *Semantic Web* können Bilder prinzipiell unbegrenzt mit textuellen Informationen angereichert werden. Auf dieser Basis werden im Digitalen vielfältigste Kombi-

nationen erzeugt. Suchalgorithmen generieren solche temporären Bildarrangements ebenso, wie die Algorithmen, welche die Instagram-, Twitter-, oder Facebook-Timeline ausgeben. Tumblr oder Pinterest liefern dagegen Tools, um eigene Bildsammlungen bewusst anzulegen, die wiederum mit ähnlichen Sammlungen interagieren.

Als Produktions-, Distributions- und Kontrollinstrument ist der Hashtag nur mittelbar an eine dieser Plattformen gekoppelt. Er ermöglicht teilautomatisierte Formen des Kuratierens von Inhalten, indem Produzent/innen diesen gezielt beliefern. Wie sich ein Hashtag zu visualisieren vermag, wie er seinerseits ein spezifisches Image generieren kann, zeigte ich an Hand von #RockwayColors.

In einem nächsten Schritt habe ich versucht darzustellen, durch welche qualitativen Komponenten solche Bildcluster zusammengehalten werden. Es zeigt sich, dass die so genannten Internetphänomene, wie das Mem oder das Selfie einander gegenseitig durchdringen. Insbesondere #MusePose zeigt auf paradigmatische Weise, dass mimetische Verfahren, die sich auf einen Kernbegriff der klassischen Kunsttheorie zurückführen lassen, hier wieder aktiv werden. Im digitalen Raum, wie auch in der Kulturgeschichte, geht es nicht nur um die Nachahmung der Wirklichkeit, sondern auch um die Nachahmung von künstlerischen Artefakten. Das Medium „Smartphone“, das laufend Verschränkungen von aktiver und passiver Nutzung ermöglicht, beschleunigt diese Aneignungsprozesse und bildet sie ab. Die dadurch erzeugten Reproduktionsschleifen lassen sich innerhalb der sozialen Medien gut beobachten. Daraus können wir lernen, wie kulturelle Aneignungsprozesse prinzipiell funktionieren. Um diese zu charakterisieren und um sie abzugrenzen von künstlerischen Haltungen der Moderne, führte ich den Begriff des Dividuellen ein, der eben jenes Spannungsverhältnis von geteilter Autor/innenschaft bzw. einer Originalität, die sich nicht als das Neue, sondern als dessen Modulation und Variation äußert, ausdrückt. In welcher Form diese medialen Phänomene Eingang in das Kunstsystem finden werden, es gegebenenfalls erweitern oder verändern, bleibt abzuwarten.

Endnoten

1. Felix Thürlemann, *Mehr als ein Bild. Für eine Kunstgeschichte des 'hyperimage'* München 2013.
2. Für die Definition des Begriffes siehe: Wolfgang Ullrich, *Siegerkunst. Neuer Adel, Teure Lust*, Berlin 2016.
3. Bei dem Gebäude handelt sich um ein ehemals militärisch genutztes Wassersportzentrum, das durch den Hurrikan Sandy 2012 zerstört wurde. Quelle: <http://mo-maps1.org/exhibitions/view/410> (zuletzt besucht: 08.01.2016). Während diese Fotografie auf der Homepage des PS1 das Werk als Bild repräsentiert, fällt auf, dass auf der Website der Künstlerin darauf Wert gelegt wird, die Installation als räumliches Objekt sichtbar zu machen. Siehe: http://www.katharinagrosse.com/-/works/2016_4003 (zuletzt besucht: 08.01.2016).
4. Seit Mitte des Jahres 2016 werden Instagram-Posts nicht mehr rein chronologisch geordnet angezeigt, sondern per Algorithmus entsprechend Beliebtheit sortiert. In der Suche werden die „beliebtesten“ Postings derzeit gesondert angezeigt, während man durch Scrollen zu den Beiträgen in chronologischer Ordnung gelangt. Quelle: <http://blog.instagram.com/post/145322772067/160602-news> (zuletzt besucht: 08.01.2017). Ähnliche Optionen bietet Twitter an, wo Hashtags nach verschiedensten Optionen gefiltert werden können: etwa nach Beliebtheit der Tweets, nach ihrer Reihenfolge, nach Autor/innen, nach spezifischen Medien, wie Bildern, Videos oder Livestreams usw.
5. Zu Social-Media-Aktionen in der Kunstvermittlung siehe: Maria Männig, *Historisches Bewusstsein und digitale Herausforderungen in der Kunstgeschichte*, in: *Newest Art History. Wohin geht die neueste Kunstgeschichte?* 18. Tagung des Verbandes österreichischer Kunsthistoriker und Kunsthistorikerinnen, Wien (in Vorbereitung) und Dies., *Rekanonisierungen mit Twitter & co.*, in: Joseph Imorde/Hubert Locher (Hg.), *Kanon und Topik populärer Kunstgeschichte*, Berlin 2017 (in Vorbereitung).
6. In Buchform erschienen Le Bruns Ideen posthum 1698 unter dem Titel: *Méthode pour apprendre à dessiner les passions*.
7. Charles Le Brun, *Handwörterbuch der Seelenmalerei. Zum gemeinnützigen Gebrauch, besonders für Zeichner, Mahler und Liebhaber charakteristischer und allegorischer Darstellungen*, Kleefeld 1802.
8. Wolfgang Ullrich, *Selfies als Weltsprache*, in: *ideenfreiheit.de* (2015), <https://ideenfreiheit.files.wordpress.com/2015/10/selfies-als-weltsprache1.pdf>, (zuletzt besucht: 08.01.2017).
9. Birgit Jooss, *Tableaux und Attitüden als Inspirationsquelle inszenierter Fotografie im 19. Jahrhundert*, in: Toni Stooss/Esther Ruelfs (Hg.), *Rollenspiele – Rollenbilder*, München 2011, S. 15.
10. Alexander Eiling (Hg.), Ausst.-Kat. Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, *Degas. Klassik und Experiment*, München 2014, S. 126–127.
11. Limor Shifman, *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*, Frankfurt am Main 2014, S. 44–45.
12. Grundlegend zum Selfie: André Gunthert, *The consecration of the selfie: A cultural history*, in: *Etudes photographiques*, Nr. 32, 2015, <http://etudesphotographiques.revues.org/3495>; NRW-Forum, *Ego Update*, Düsseldorf 2015, Jerry Saltz, *Art at Arm's Length*, in: *Vulture.com*, <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html#>; Jill Walker Rettberg, *Seeing Ourselves Through Technology*, New York 2014, URL: <http://jilltxt.net/books/Seeing-Ourselves-Through-Technology-full-book.pdf>.

13. Gerald Raunig, *Dividuum. Maschinischer Kapitalismus und molekulare Revolution*, Wien 2015. Den Hinweis darauf entnehme ich Jörg Schellers Vortrag, „Dividuelle Kunstkritik“, gehalten am 24.11.2016 im Rahmen der Tagung „Newsflash Kunstkritik“.
14. Ebd., S. 20.

Abbildungen

- Abb. 1: Katharina Grosse, *Rockaway! at Fort Tilden*, 2016, Installation, PS1 New York (© MoMA PS1 | An Affiliate of The Museum of Modern Art)
- Abb. 2: Screenshot *#RockawayColors* (Juni, 2016) (Maria Männig, 2017)
- Abb. 3: Screenshot *#RockawayColors* (Juli, 2016) (Maria Männig, 2017)
- Abb. 4: Screenshot *#RockawayColors*: Aufnahme aus der Vogelperspektive, Katharina Grosse winkend (unten links) (Maria Männig, 2017)
- Abb. 5: Screenshot *#RockawayColors* (Maria Männig, 2017)
- Abb. 6: Screenshot *#MusePose* mit Maillol (Maria Männig, 2017)
- Abb. 7: Screenshot *#MusePose* mit Ducreux (Maria Männig, 2017)
- Abb. 8: Screenshot *#Musepose* mit Messerschmidt (Maria Männig, 2017)
- Abb. 9: Charles Le Brun, *Der Weinende*, 1667/68, Zeichnung, Louvre (© RMN-Grand Palais, Foto M. Ur-tado)

Zusammenfassung

Hyperimage nennt Thürlemann die Verknüpfung von mehreren Bildern zu verschiedenartigen Einheiten, die sich in Sammlungen materiell und immateriell artikulieren. Analog zum Hypertext, erkennt der Autor in Methoden der Kunst- und Sammlungsgeschichte Vorläufer digitaler Praktiken. Der textbasierte Ausgangspunkt von Thürlemanns Argumentation gehört in einer sich mehr und mehr auf die visuelle Kommunikation verlagernden Kultur allerdings auf den Prüfstand.

Hyperimages werden in den sozialen Netzwerken, wie Tumblr, Instagram oder Pinterest in Form von Streams konstant erzeugt; neben das statische tritt zudem das bewegte Bild.

Die stetig sich erweiternden und erneuernden Bildansammlungen generieren sich zum einen aus semantischen Annotationen, in Form von Hashtags und zum anderen durch Techniken, wie das Rebloggen, die auf assoziativer Basis funktionieren. Neben der Ermächtigung zur Bildproduktion, ist auch das Kuratieren im digitalen Raum mittlerweile zur Routine geworden, die prinzipiell für alle zur Verfügung steht.

Am Beispiel von Instagram wird für die digital, etwa per Hashtag erzeugten Hyperimages gefragt, was diese Bildcluster im Innersten zusammenhält. Versuchsweise wird das Phänomen mit Hilfe der Memetik erklärt. Der Mem-Begriff ist kein ganz unbelasteter, stammt er doch aus der Biologie. Durch nachahmenden Charakter entwickeln sich Lebewesen weiter – so

die Theorie. Etymologisch besteht eine Verwandtschaft zur Mimesis, dem Kernbegriff der klassischen Kunsttheorie. Diese umschreibt die Nachahmung der Wirklichkeit. Mimetisch funktioniert jedoch auch die Geschichte der Kunst, die von Kulturtransfers lebt: Motiv-Wanderungen und Stil-Adaptionen zeugen davon. Unter anderem bedingt die Selfie-Kultur ihrerseits mimetische Qualitäten. Innerhalb der Netzkultur lässt sich in Bezug auf die Kunstrezeption nicht zuletzt aufgrund der Konjunktur von Selfies – so die These – ein Trend zur Figuration zu beobachten. Hier zeichnen sich Tendenzen der Umcodierung und der Rekanonisierung ab. Abseits des modernen Originalitätsparadigmas scheint sich hier gegenwärtig darüber hinaus mit der individuellen Produktion ein neues Prinzip zu etablieren.

Autorin/Autor

Maria Männig absolvierte ein Kunststudium an der Akademie der bildenden Künste in Wien und ein Studium der Kunstgeschichte an der Universität Wien. Die Promotion erfolgte an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung Karlsruhe. Die Dissertation ist 2017 unter dem Titel „Hans Sedlmayrs Kunstgeschichte. Eine kritische Studie“ bei Böhlau erschienen. Seit 2014 ist sie Mitherausgeberin der *NEUEN kunstwissenschaftlichen forschungen* und betreibt seit 2012 den Wissenschaftsblog *ART[in]CRISIS*. Gegenwärtig ist sie Dozentin für Kunstgeschichte an der Merz Akademie in Stuttgart und forscht zur Geschichte der kunsthistorischen Diathek.

Titel

Maria Männig, *Instagram als Hyperimage*, in: *Hyperimages in zeitgenössischer Kunst und Gestaltung 2*, kunsttexte.de, Sektion Kunst, Design, Alltag, Nr. 1, 2017, hg. von Sabine Bartelsheim (12 Seiten), www.kunsttexte.de.