

Inhalt

Vorwort	7
Tilman Baumgärtel GIFS	13
Anhang	77
Dirk von Gehlen MEME	87
Anhang	147
Diana Weis MODEBILDER	161
Anhang	218
Jörg Scheller BODYBILDER	233
Anhang	299
Roland Meyer GESICHTSERKENNUNG	307
Anhang	372
Glossar	381

Vorwort

Infolge der Digitalisierung haben Bilder einen enormen Bedeutungszuwachs erfahren. Mit Smartphones lassen sie sich schneller, variabler und professioneller denn je fertigen und durch Soziale Medien nahezu beliebig verbreiten und teilen. Erstmals in der Kulturgeschichte kann man sich mit Bildern fast genauso selbstverständlich und vielfältig austauschen wie mit gesprochener oder geschriebener Sprache. Das führt nicht nur zur vielbeschworenen ›Bilderflut‹, sondern verleiht Bildern auch zahlreiche, zum Teil völlig neue Funktionen. Sie dienen nicht mehr nur der Illustration, sondern insbesondere der Kommunikation. Mit ihrer Hilfe wird Politik gemacht, werden Identitäten gebildet, Karrieren geschaffen oder zerstört. Der schon vor Jahren proklamierte ›Iconic Turn‹ ist mittlerweile Realität geworden: Stärker als jemals zuvor prägen Bilder Kultur, Gesellschaft und Politik.

Je mehr Funktionen digitale Bilder erhalten, desto mehr Bildmuster und -praktiken etablieren sich. Zum Teil haben sie Vorläufer in der analogen Welt, zum Teil sind sie nur aus den Mechanismen der Sozialen Medien heraus verständlich. Wegen ihrer Neuheit gibt es oft noch keine passenden Kriterien zur Beurteilung dieser Phänomene. So werden viele Bildformate der Sozialen Medien – von Selfies über Emojis bis hin zu GIFs und Memen – als banaler, oberflächlicher Zeitvertreib

abgetan oder erscheinen gar als Symptome eines Kulturverfalls. Dass digitale Bilder fast nie den Charakter von (Kunst-)Werken haben und oft anonym zirkulieren, lässt sie aus herkömmlicher Perspektive ebenfalls defizitär erscheinen. Tatsächlich ist die gegenwärtige Bildkultur Symptom eines umfassenden und durch die Digitalisierung angestoßenen kulturellen Wandels, der die etablierten Konzepte von Autorschaft, Produktion und Rezeption, Identität und Kollektivität, Öffentlichkeit und Privatheit großen Veränderungen unterzieht.

Daher ist es höchste Zeit, die digitalen Bildkulturen eigens in den Blick zu nehmen und zusätzlich zu den Bildern die Infrastrukturen zu analysieren, in denen sie eine Rolle spielen. Stärker als bisher ist zu würdigen, dass Bilder in den Sozialen Medien kaum lediglich passiv rezipiert, sondern vielmehr aktiv weiterverwendet, adaptiert und variiert werden; sie sind hochmobil und, wie alle digitalen Dateien, sehr fluid. In den Sozialen Medien ist ein eigener öffentlicher Raum entstanden, der sich von analogen Formen von Öffentlichkeit zum Teil stark unterscheidet. So hinterlässt im digitalen Raum fast alles Spuren, wird gespeichert und kann noch nach Jahren Folgen haben. Ist der digitale öffentliche Raum damit einerseits riskanter als der analoge, so erscheint er andererseits dabei sicherer und freier, da er keine physische Präsenz der Akteure verlangt und es ihnen erlaubt, sich hinter Inszenierungen zu verstecken.

Angesichts der neuen Bildgattungen und -funktionen, die das Denken und Handeln tiefgreifend beeinflussen, braucht es vermehrt Kompetenz im Umgang mit Bildern und ihren Kontexten. »Digital natives« sollten ihre alltäglichen Praktiken stärker reflektieren, »digital immigrants« besser erkennen, wie

sich die Welt geändert hat und weiter ändert. Zu beidem will die Reihe DIGITALE BILDKULTUREN einen Beitrag leisten.

Die hier zusammengestellten fünf Untersuchungen zu digitalen Bildkulturen widmen sich GIFs, Memen, Modebildern, Bodybildern und der Gesichtserkennung.

Die Geschichte von *GIFs* ist älter als die der Sozialen Medien. Kurze animierte Bildsequenzen gehören seit der Anfangszeit des Internet zum festen Inventar von Websites, Chats und Blogs. Waren sie zuerst nur ein technisches Nebenprodukt, so schien ihre Karriere schon bald beendet zu sein. Doch gerade weil sie einfach zu entwickeln und auszutauschen sind, erlebten sie mit dem Erstarken der Sozialen Medien einen erneuten Boom. Längst sind sie als oft humorvolle, slapstickartige kurze Sequenzen aus dem Alltag einer Kommunikation mit Bildern nicht mehr wegzudenken.

Vermutlich ist kein anderer Bildtyp so eng mit den Sozialen Medien assoziiert, zugleich aber so weit über sie hinaus folgenreich wie *Meme*. Das Kombinieren kurzer Texte mit Bildelementen – oft aus der Popkultur – erlaubt eine ebenso plakative wie differenzierte Form der Kommunikation. Diese kann witzig sein, doch findet auch ein Großteil politischer Agitation und aktivistischen Engagements mittlerweile mit Memes statt, die häufig viral gehen. Memes beeinflussen die öffentliche Meinungsbildung in kaum zu überschätzender Weise, und das umso mehr, als sie schnell anzufertigen sind, also von vielen produziert und variiert werden können.

Erscheinungsweisen und Funktionen von *Modebildern* haben sich bereits in den ersten Jahren des Internet durch Mode-Blogs verändert, sind mittlerweile aber vor allem durch

die vielen Influencer-Accounts in den Sozialen Medien geprägt. Mode ist dadurch diverser, zum Teil auch politischer geworden. Mode-Labels müssen bei Modeschauen und Markenauftritte auf die Mechanismen der großen Plattformen Rücksicht nehmen, um erfolgreich sein zu können.

Nicht nur das Verhältnis zur Mode, sondern auch das zu Körpern hat sich durch die Bildmacht der Sozialen Medien verändert. Fitness-Programme werden gepostet, um sich einer stärkeren Kontrolle durch die eigenen Follower auszusetzen, kompetitive Formate wie ›Challenges‹ führen ebenfalls zu vermehrtem Körpereinsatz. Erst recht liefern Workout-Videos zahllose neue *Bodybilder*, sie rücken den um Muskeln oder Gesundheit Bemühten regelrecht zu Leibe und begleiten mittlerweile fast jedes Training.

Techniken der *Gesichtserkennung* gewinnen an Virulenz, erlauben sie doch, auf digitalen Bildern aufgenommene Personen immer besser zu identifizieren. Das ermöglicht effiziente Formen der Überwachung und Kontrolle. Die meist von privaten Unternehmen gesammelten Daten können aber missbraucht werden. Sie können jederzeit unkontrolliert weiterverkauft werden. Das Recht am eigenen Bild ist daher als Schutzrecht wichtiger denn je.

Die Reihe DIGITALE BILDKULTUREN wird ergänzt durch die Website www.digitale-bildkulturen.de, durch den YouTube-Channel *Digitale Bildkulturen* sowie durch den Instagram-Account @bildkulturen.

Annekathrin Kohout & Wolfgang Ullrich

Roland Meyer

GESICHTS- ERKENNUNG

Vernetzte Bilder,
körperlose Masken

Einleitung

Im Januar 2020 machte eine bis dahin unbekannte amerikanische Firma namens Clearview AI weltweit Schlagzeilen: Laut einem Bericht der *New York Times* hatte das Unternehmen rund drei Milliarden Bilder von Plattformen wie Facebook, Instagram und YouTube abgezogen und ohne Einwilligung derjenigen, die die Bilder hochgeladen hatten, in ihren eigenen Datenbanken gespeichert. Mithilfe dieses gewaltigen Datenschatzes sowie avancierter Gesichtserkennungsalgorithmen verspricht die Firma ihren Kunden, darunter Sicherheitsbehörden wie Privatunternehmen, praktisch jedes beliebige Gesicht in Sekundenschnelle identifizieren zu können.¹ Oft reicht ein einziges Foto, um den Namen einer unbekannt Person und deren Online-Profil im Netz zu finden – was die Investor*innen von Clearview AI schon begeistert auf Partys ausprobiert haben sollen.² Dass die Firma nicht nur systematisch gegen die Nutzungsbedingungen der Plattformen verstößt, deren Datenbestände sie plündert, sondern auch massiv in Bürgerrechte eingreift, hat ihrem Erfolg bislang wenig geschadet: Hunderte von Polizeibehörden in den USA setzen die Software bereits ein. Das amerikanische Unternehmen ist auch nicht das einzige, das das Netz nach Gesichtern durchforstet. Nur wenige Monate nach den Enthüllungen der *New York Times* sorgte die polnische Firma PimEyes mit einem vergleichbaren Geschäftsmodell für Aufsehen. Auf ihrer Website kann buchstäblich jede*r ein Foto hochladen und mit einer Datenbank von über 900 Millionen Gesichtern abgleichen – angeblich nur, um herauszufinden, auf welchen Websites das eigene Gesicht ungewollt auftaucht. Doch das ist kaum mehr

als eine Schutzbehauptung: PimEyes kontrolliert nicht, ob man Bilder eines fremden Gesichts hochlädt, und zahlenden Kund*innen erlaubt die Firma bis zu 100 Millionen Suchabfragen im Monat. Wohl kaum jemand sucht so häufig nach sich selbst.³

Während die einen beim Stichwort »Gesichtserkennung« Orwell'sche Bilder staatlicher Totalüberwachung vor Augen haben, denken die anderen an das bequeme Entsperrn des Smartphones oder die Sortierung ihres digitalen Fotoalbums. Doch Beispiele wie PimEyes oder Clearview AI zeigen, dass beides die tägliche Realität der Gesichtserkennung nur unzureichend erfasst. Die Freude über praktische neue Gadgets lässt vergessen, dass Gesichtserkennung ein mächtiges Instrument der Überwachung ist, und die Warnung vor dem allmächtigen Big Brother droht nicht nur leicht in Fatalismus umzuschlagen, sie verkennt auch, dass längst nicht mehr bloß Staaten und große Konzerne die Technologie verwenden. Gesichtserkennung ist vielmehr dabei, zur Alltagstechnologie zu werden, die von diversen Akteuren zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt wird – bisweilen auch gegen staatliche Interessen. So arbeiten derzeit weltweit Aktivist*innen daran, sie für den Kampf gegen Polizeigewalt zu nutzen: In Portland etwa begann nach den brutalen Polizeieinsätzen im Sommer 2020 ein lokaler Programmierer mit dem Aufbau einer Gesichterdatenbank. In Hong Kong wurde bereits ein Jahr zuvor ein Aktivist verhaftet, weil er ein Tool zur Identifizierung von Sicherheitskräften programmiert hatte. Und in Frankreich musste im Herbst 2020 der Künstler Paolo Cirio auf Geheiß des Innenministers eine Ausstellung absagen, in der er über 4000 per Gesichtserkennung ausgewertete