



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

**Bildpolitische Aspekte in der Fandom Kommunikation.
Die Verwendung von Memes und GIFs in der SHADOWHUNTERS-
Fan-Kampagne (2018-2020)**

verfasst von / submitted by

Lisa Kaiser, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2023 / Vienna, 2023

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 583

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Masterstudium
Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Dr. Anke Charton, M.A.

Danksagung

An erster Stelle möchte ich mich bei meiner Betreuerin Dr. Anke Charton bedanken, die mich während des gesamten Prozesses mit Geduld und Expertise unterstützt hat. Stets konnte ich mich mit allen möglichen Belangen an sie wenden – keine meiner Fragen blieb dabei unbeantwortet.

Ein besonderer Dank gebührt meiner Mutter, die mich während des gesamten Studiums unterstützte und mir immer beistand. Danke auch für das bemühte Korrekturlesen, nicht nur dieser Arbeit, sondern vieler weiterer wissenschaftlicher Arbeiten, die im Rahmen des Studiums entstanden sind.

Ohne dich hätte ich es nicht geschafft Mama – Danke!

Ein letztes Dankeschön gilt meinen Studienkolleginnen Ani Zangocyan und Denise Gregorides, die mich ebenfalls unterstützten und stets ein offenes Ohr für mich hatten.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Fan(dom)-Studies Begrifflichkeiten	6
2.1 Fan	6
2.2 Fandom	7
2.3 Fan-Kampagne	8
2.3.1 Memes und GIFs in Fan-Kampagnen – Soziale, Ökonomische, Politische Macht	10
3. (INTERNET-) MEME	14
3.1 Formen des Internet-Memes	23
4. GIF	26
5. Das Bild	34
5.1. Bild-Interpretation – Visuelle (Bild-)Rhetorik	34
5.1.1. Visuelle Rhetorik	38
5.1.2. Bildrhetorik - Bilder lesen	39
5.1.3. Dreistufen Modell der Bildinterpretation	41
5.2. Bild und Text	43
5.2.1. GIF und Text	46
5.2.2. Meme und Text	47
6. Funktionen von Memes und GIFs	51
6.1. Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt	52
6.2. Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom	62
6.3. Memes und GIFs als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung	70
6.3.1. Humor-Theorie	74
7. Analyse	86
7.1. SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne (2018-2020)	87
7.2. Analyse-Beispiel 1: „Boy Bye“	89
7.3. Analyse-Beispiel 2: „Jace-Meme“	102
7.4. Analyse-Beispiel 3: „GIF-Set“	111
8. Conclusio	132
9. Abbildungsverzeichnis	140
10. Quellenverzeichnis	142

1. Einleitung

Internet-Memes und -GIFs sind in der heutigen Online-Kommunikation für viele Menschen kaum noch wegzudenken. Ob in Beiträgen auf sozialen Netzwerken oder via SMS über das Handy, immer mehr begleiten Memes und GIFs die heutige Kultur auf Schritt und Tritt. Durch ihre vielfachen Einsatzmöglichkeiten und ihre Prävalenz im Online-Raum wurden sie auch besonders im Fandom-Bereich zu beliebten und oft verwendeten Medien. Auf verschiedensten Fan-besiedelten Plattformen, wie LiveJournal, Tumblr, Twitter oder Reddit, ist eine auffallend starke Popularität von Memes und GIFs zu erkennen¹; eine Beobachtung, die auch Medienwissenschaftler Michael Newman teilt:

„[Memes und GIFs‘] most important users so far have been communities of fans who make and circulate them within a participatory culture [...] capturing and recycling favorite moments that audiences love or worship, or that express a particular feeling or experience.”²

Die Verwendung dieser Artefakte durch die Fans sei dabei diskursiv-flexibel und komplex, von emotionalem Ausdruck hin zu transformativem Storytelling, Interpretation und Analyse, sowie Argumentation. Diese Kategorien überlappen sich dabei auch oft und kreieren vielschichtige and komplexe Formen der Kommunikation, die es dem Fan erlauben, seine*ihre eigene Identität, sowie gleichzeitig eine Fan-Gemeinschaft und -Identität zu bilden.³ Neben vorherrschenden Ausdrucksformen, wie Fan-Art oder Fan-Fiction, werden im Fandom-Bereich vor allem Memes und GIFs immer mehr zum bevorzugten Mittel des Ausdrucks und der Kommunikation miteinander und untereinander. Die Fähigkeit mit wenig Aufwand komplexe Standpunkte, Meinungen und/oder Gefühle und Reaktionen zu vermitteln, und dabei gleichzeitig seine Leidenschaft zu einem Fan-Objekt darzustellen, macht Memes und GIFs zu solch einem beliebten Kommunikations-Medium im Fandom-Bereich.⁴ Diese Artefakte können somit als kommunikative Praxis von Fans angesehen werden, durch die jeweils etwas Bestimmtes ausgedrückt und kommuniziert werden kann, oft auch mit spezifischen strategischen Zielen des*r Benutzers*in.

Trotz der Prävalenz dieser Artefakte und einem stetigen Anstieg der Forschung in den letzten Jahren, sind Memes und GIFs doch im akademischen Bereich relativ wenig erforscht und

¹ Vgl. Miltner, Kate M./Tim, Highfield, „Never Gonna GIF You Up. Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF“, *Social Media + Society* 3/3, 2017, S. 3.

² Newman, Michael, „GIFs. The Attainable Text“, *Film Criticism* 40/1, 2016, <https://doi.org/10.3998/fc.13761232.0040.123> [20.10.2021].

³ Vgl. Hautsch, Jessica, „Tumblr’s Supernatural Fandom and the Rhetorical Affordance of GIFs“, *Transformative Works and Cultures* 27, 15.06.2018, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1165> [20.11.2020], Absatz [2.5].

⁴ Vgl. Ibid., Absatz [2.4].

behandelt. Dies trotz der Tatsache, dass Internet-Memes, wie Bülow und Johann beschreiben, „ein hochrelevantes und anwendungsorientiertes Forschungspotential aufweisen“.⁵ Diese Relevanz bezieht sich dabei vor allem auch auf ihre Möglichkeiten zum besagten „strategischen Einsatz“.⁶

Wichtige und umfassende Beiträge und theoretische Ansätze zum Verständnis des Themas Internet-Meme, an denen sich diese Arbeit orientiert, stammen von Kommunikationswissenschaftlerin Limor Shifman (2014, 2017, 2019). Diese beschäftigte sich in bereits mehr als einem Werk ausführlich mit dem Phänomen. Weitere besonders relevante Werke der Kommunikations- und Medienwissenschaften, die herangezogen wurden, waren, unter anderem, von Bülow und Johann (2018, 2019), Milner (2013, 2016), sowie Miltner und Highfield (2017). Zusätzlich waren auch Werke aus dem Sprachwissenschaftlichen Bereich, wie Dancygier und Vandelanotte (2017) und auch der Literaturwissenschaft, wie Stemann (2019), von Relevanz für die vorliegende Arbeit. Für den Analyse-Teil wurde schließlich auch auf bildtheoretische Werke, unter anderem von Roland Barthes (1964) und Erwin Panofsky (2006) zurückgegriffen.

Durch ihre starke Verbindung zu und Beschäftigung mit dem Fan-Objekt haben Fans oft das Verlangen danach, den Verlauf, einer Serie beispielsweise, mitbestimmen zu dürfen. Sie scheuen dabei auch nicht davor zurück, unter anderem via online organisierter Fan-Kampagnen, Entscheidungen der Medienindustrie in Frage zu stellen und anzufechten. Dies ist besonders dann der Fall, wenn es um eine angekündigte Absetzung einer Serie geht. Dies geschah 2018 mit der Serie SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, die von 2016 bis 2018 auf dem amerikanischen Sender Freeform, sowie der Streaming-Plattform Netflix ausgestrahlt wurde. Das SHADOWHUNTERS-Fandom startete eine umfangreiche Online-Kampagne mit der Hoffnung, die Absetzung zu verhindern. Die Kampagne brachte, neben verschiedensten internationalen Aktionen, wie beispielsweise ein Flugzeug mit Banner, das über das Netflix-Headquarter in Los Angeles flog oder verschiedenste Charity-Aktionen, auch zahlreiche online geteilte mediale Artefakte, wie Petitionen, Fan-Art oder Fan-Videos hervor. Ein detaillierter Blick auf die Online-Kampagne zeigt einen überdurchschnittlichen Einsatz von Memes und GIFs in etlichen Beiträgen auf.

⁵ Bülow, Lars /Michael, Johann „Politische Internet-Memes. Erschließung eines interdisziplinären Forschungsfeldes“, in: Lars, Bülow/Michael, Johann (Hg.): *Politische Internet-Memes: theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*, Berlin: Frank & Timme, Verlag für wissenschaftliche Literatur, 2019, S. 14.

⁶ Bülow, Lars/Michael, Johann, „Die Verbreitung von Internet-Memes: Empirische Befunde zur Diffusion von Bild-Sprache-Texten in den sozialen Medien“, *kommunikation@gesellschaft. Journal für alte und neue Medien aus soziologischer, kulturanthropologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive* 19/2, 01.03.2018, <https://journals.sub.uni-hamburg.de/hup2/kommges/article/view/599> [10.01.2023].

Die Erzeugung und Zirkulation dieser Artefakte, sowie die soziale Praktik, die sich um Memes und GIFs entwickelte, birgt klare Ähnlichkeiten zu Fandom-Aktivitäten und -Konzepten, wie Aneignung, kreative Transformation, Teilen und gemeinsamen Austausch.

Es wird folglich ein starker Bezug zwischen Fandom-Dynamiken und Meme-Kultur sichtbar, was eine Erklärung für die Wahl einer Fan-Kampagne als Untersuchungs-Rahmen dieser Arbeit darstellt. Wie Vanessa Ossa in ihrem Beitrag beschreibt, werden „[i]n der Fankultur [...] sowohl sprachliche als auch visuelle Elemente aus ihrem primären Kontext herausgelöst, neu sortiert und durch ihre ständige Wiederholung aufgewertet und verdichtet“.⁷ Auch in der Meme- und GIF-Erstellung ist die Herauslösung visueller und textueller Elemente vom Original-Kontext, die anschließende Verwendung dieser in neuen Kontexten, und damit verbunden die stetig wechselnden Bedeutungen, ein zentrales Wirkungselement dieser Artefakte.⁸

Die Wahl, veröffentlichte Memes und GIFs einer spezifischen Fan-Kampagne zu analysieren, wurde zudem getroffen, da hier, im Vergleich zu alltäglichen Fandom-Interaktionen in denen Memes und GIFs zum Einsatz kommen, von einem gezielteren Einsatz dieser Artefakte ausgegangen wird. Weiters ist im Rahmen einer Fan-Kampagne eine besonders ausgeprägte Verteidigung des Fan-Objekts von Seiten des Fandoms zu erwarten, was sich besonders in Beispielen, die der Funktion als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung folgen, äußert.

Die im Rahmen der Fan-Kampagne veröffentlichten Artefakte weisen eine Vielzahl an unterschiedlichsten Funktionen und Bedeutungsebenen auf, die von den Fans gezielt eingesetzt werden können. Um den Fokus der Arbeit einzugrenzen, beschränkt sich die Analyse einerseits auf den spezifischen Kontext der SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne, und damit zusammenhängend das SHADOWHUNTERS-Fandom, sowie andererseits auf drei ausgewählte Funktionen, auf die die jeweiligen Memes und GIFs untersucht werden. Diese drei Funktionen sind wie folgt:

- Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt,
- Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom, sowie
- Memes und GIFs als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung.

⁷ Ossa, Vanessa, „Metalepsen in der Partizipationskultur. Das Spiel mit den Grenzen der storyworld im Fandiskurs zum Marvel Cinematic Universe“, in: Andreas, Veits/Wiebke, Vorrath/Johannes C., Schmid (Hg.): *Praktiken medialer Transformationen*,¹⁹, Bielefeld: transcript Verlag, 2018, S. 152.

⁸ Vgl. Stemann, Anna, „Bild-Text-Dynamiken in Digitalen Kulturen“, in: Ute, Detmar/Caroline, Roeder/Ingrid, Tomkowiak (Hg.): *Schnittstellen der Kinder- und Jugendmedienforschung. Aktuelle Positionen und Perspektiven*, Stuttgart: J.B. Metzler, 2019, S. 136.

Ziel dieser Arbeit ist es, aufzuzeigen, wie diese medialen Artefakte (Memes und GIFs) aufgebaut sind und wie sich die jeweiligen Funktionen konkret in ihrer medialen Ausführung äußern.

Um dieser Forschungsfrage nachzugehen werden drei ausgewählte Artefakte auf die drei, eben erwähnten, Funktionen hin analysiert. Die Analyse orientiert sich dabei vorrangig am Dreistufen-Modell der Bildinterpretation von Erwin Panofsky, sowie den im Theorie-Teil erarbeiteten theoretischen Ansätzen. Analysiert wird der Aufbau der Artefakte und wie sich die Funktion(en) in dem jeweiligen Artefakt medial darstellen. Dazu wurde, gemäß dem Medium, die bildliche, als auch die textuelle Ebene miteinbezogen.

Diesen Ausführungen nach gliedert sich die Arbeit in folgende Kapitel:

Im ersten Kapitel (Kap. 2) werden wichtige Begriffe und Definitionen der *Fan(dom)-Studies* erläutert, die dem besseren Verständnis der Masterarbeit dienen. Darunter fallen Begriffe, wie „Fan“ und „Fandom“, sowie „Fan-Kampagne“.

Der nächste Abschnitt (Kap. 3 & 4) beschäftigt sich mit der ausführlichen, theoretischen Auseinandersetzung der medialen Artefakte „Internet-Meme“ und „GIF“. Es wird, anhand bisheriger Forschungen und bestehender Literatur, genauer betrachtet und dargestellt, was unter den Begriffen zu verstehen ist, wie sie aufgebaut sind und wodurch sie sich auszeichnen.

Im anschließenden Kapitel (Kap. 5) werden, aufbauend für den Analyse-Teil, bildtheoretische und visuell rhetorische Aspekte beleuchtet und definiert. Darunter fallen allgemeine Ausführungen zur Bildinterpretation, sowie spezifische Ausführungen zur visuellen Rhetorik. Die Wichtigkeit der Miteinbeziehung von Text, auch in Bezug auf Memes und GIFs, wird in diesem Kapitel erläutert, sowie verschiedene Bild-Text-Relationen vorgestellt.

Der folgende Abschnitt (Kap. 6) widmet sich der Definition und Auseinandersetzung mit den drei ausgewählten Funktionen, nach denen die Artefakte im anschließenden Kapitel analysiert werden. Diese Funktionen sind, wie bereits erwähnt: Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt, Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom und Memes und GIFs als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung. Da Humor ein zentraler Aspekt von Memes und GIFs ist, und vor allem bei letzterer Funktion eine große Rolle spielt, wird in diesem Kapitel auch Humor-Theorie behandelt, und hierbei für die Arbeit relevante Aspekte definiert.

Kapitel sieben ist dem Analyse-Teil der Arbeit gewidmet. Es wurden, nach einer quantitativen Datensammlung von Memes und GIFs, die im eingegrenzten Zeitraum von Juni 2018 bis November 2020 auf den Plattformen Twitter, Tumblr und Instagram, unter den Hashtags „#SaveShadowhunters“, „#PickUpShadowhunters“ oder „#ShadowhuntersLegacy“ veröffentlicht wurden, drei Artefakte für die genauere Analyse ausgewählt. Die Analyse bezieht sich dabei auf das mediale Artefakt und soll, neben bildtheoretischen Aspekten, wie dem Aufbau oder der Rahmung des Bildes, auch die mediale Spezifität, sowie vorhandene Bedeutungsebenen aufzeigen. Hierbei wird schließlich untersucht, wie sich die jeweilige(n) Funktion(en) konkret in dem medialen Artefakt äußern. Der Text, im und um das Bild, hat sowohl im Falle von Memes als auch GIFs eine bedeutende Funktion, was, unter anderem, die Rezeption und das Verständnis des jeweiligen Artefaktes beeinflussen kann. Diese textuelle Ebene bietet zusätzlichen Kontext, sowie zusätzliche Interpretations-Ebenen, die es mit zu analysieren gilt. Image-Memes bestehen prinzipiell aus Bild und Text, was eine Miteinbeziehung der textuellen Ebene fordert. Die Interaktion von Text und Bild stellt somit einen wichtigen Aspekt in der Analyse der Artefakte dar.

In der abschließenden Conclusio der Arbeit (Kap. 8) werden schließlich die Ergebnisse und Erarbeitungen zusammenfassend dargestellt.

2. Fan(dom)-Studies Begrifflichkeiten

2.1 Fan

Das Wort „Fan“ ist eine Abkürzung der Bezeichnung „Fanatiker“, die wiederum vom lateinischen Wort „fanaticus“ abstammt, wie Medienwissenschaftler Henry Jenkins beschreibt:

„In its most literal sense, ‚fanaticus‘ simply meant ‚Of or belonging to the temple, a temple servant, a devotee‘ but it quickly assumed more negative connotations, ‚Of persons inspired by orgiastic rites and enthusiastic frenzy‘ (Oxford Latin Dictionary)”.⁹

Die abgekürzte Version – Fan – tauchte das erste Mal im späten 19. Jahrhundert im journalistischen Bereich auf und wurde dazu verwendet, Anhänger*innen von professionellen Sport-Teams zu beschreiben. Bald wurde der Begriff jedoch ausgeweitet und umfasste dann auch den kommerziellen Entertainment-Bereich.¹⁰

Stereotype Zuschreibungen und negative Konnotationen folgen dem Begriff bis heute. Diese negativen Assoziationen seien, heutzutage, zurückzuführen auf bestimmte Ängste gegenüber der Missachtung dominanter kultureller Hierarchien durch bestimmtes Fan-Verhalten, wie Jenkins beschreibt: „The fan’s transgression [...] and disruption of dominant cultural hierarchies insures that their preferences are seen as abnormal and threatening by those who have a vested interest in the maintenance of these standards.“¹¹ Fans verwischen, mit ihren interpretativen, transformativen Praktiken, die Grenzen zwischen Produzent*innen und Konsument*innen immer mehr. Durch Aneignung und Transformation wird massenmediales Material zum Rohmaterial für eigene Kreationen und Geschichten von Fans, wie Jenkins weiter beschreibt: „Undaunted by traditional conceptions of literary and intellectual property, fans raid mass culture, claiming its material for their own use, reworking them as the basis for their own cultural creations and social interactions.”¹² Fans erzeugen demnach aus bestehendem Material ihre eigenen Geschichten und Werke, teilen diese mit anderen Fans und stellen so die interpretative Autorität der Medienproduzent*innen in Frage.

Medienwissenschaftler*innen Victor Costello und Barbara Moore zu Folge entziehe sich der Begriff „Fan“ heutzutage weitgehend einer einheitlichen, und vor allem expliziten, Definition. Dies ergebe sich, unter anderem, daraus, dass sich Fans in ihrem Auftreten, sowie ihren

⁹ Jenkins, Henry, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, Updated 20th anniversary ed., New York: Routledge 2013, S. 12.

¹⁰ Vgl. Jenkins, *Textual Poachers*, 2013, S.12.

¹¹ Ibid., S. 17.

¹² Ibid., S. 18.

Aktivitäten und ihrer Identität jeweils auf unterschiedlichste und vielfache Weise ausdrücken können.¹³ Prinzipiell jedoch lassen sich Fans von regulären Fernsehzuseher*innen durch die Intensität der intellektuellen und emotionalen Beschäftigung mit dem Fan-Objekt, einer Serie beispielsweise, unterscheiden. Im Falle von Fans sei diese Beschäftigung weitaus intensiver und tiefgreifender.¹⁴

2.2 Fandom

Ein Fandom beschreibt demnach den Zusammenschluss von Fans, ein Kollektiv an Personen, die über ihre geteilte Leidenschaft zu dem Fan-Objekt in Austausch miteinander treten und eine Gemeinschaft bilden.¹⁵ Brough und Shresthova beschreiben hierzu passend: „Groups of individuals constitute a fandom through interest-driven affiliations, forming a sense of collective or subcultural identity around shared tastes.“¹⁶

Die Begriffe Fan und Fandom seien dabei jedoch nicht synonym miteinander verwendbar, da nicht jede Person, die Fan-Verhalten aufweist, sich selbst als Fan bezeichnen würde und nicht jeder Fan auch Teil eines Fandoms ist. Nach Busse kommt hier den Aspekten der Gemeinschaft und der Partizipation eine zentrale Bedeutung zu, wie sie beschreibt: „Fandom [...] requires a community and participation in that community – and possibly self-identification with that community.“¹⁷ Busse zu Folge sind Gemeinschaft und vor allem Partizipation in dieser Gemeinschaft nicht nur zentrale Aspekte, sondern erforderlich, beziehungsweise essenziell in der Formung und Erhaltung eines Fandoms. Diese Partizipation verlaufe, nach Costello und Moore, wiederum anhand eines Kontinuums, das an einem Ende des Spektrums sogenannte „lurkers“¹⁸ sieht, die lediglich stille Mitverfolger*innen der online-Tätigkeiten sind und nie selbst etwas online veröffentlichen. Am anderen Ende dieses Spektrums befinden sich interpretativ, kreativ arbeitende Fans, die regelmäßig etwas beitragen, miteinander in regen Austausch treten und Einfluss auf bestimmte Entscheidungen, betreffend ihres Fan-Objekts, haben möchten.¹⁹ Shao unterteilt dieses Kontinuum an Partizipation, bezogen auf „user-

¹³ Vgl. Costello, Victor /Barbara, Moore, „Cultural Outlaws. An Examination of Audience Activity and Online Television Fandom“, *Television & New Media* 8/2, 2007, S. 126.

¹⁴ Vgl. Jenkins, Henry, *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*, London&NY: Routledge, 1992, S. 56, zit.n Sullivan, John L., *Media Audiences. Effects, Users, Institutions, and Power*, Los Angeles: Sage Publications 2013, S. 198.

¹⁵ Vgl. Baym, Nancy K., „The New Shape of Online Community. The Example of Swedish Independent Music Fandom“, *First Monday*, 12/8, 2007, <https://firstmonday.org/article/view/1978/1853> [08.06.2020].

¹⁶ Brough, Melissa M. /Sangita, Shresthova, „Fandom Meets Activism. Rethinking Civic and Political Participation“, *Transformative Works and Cultures* 10, 15.06.2012, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/303> [05.04.2020], Absatz [2.1].

¹⁷ Busse, Kristina, in: Jenkins, Henry, „Gender and Fan Culture (Round Seven, Part One): Kristina Busse and Cornell Sandvoss“, *Pop Junctions. Selections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More*, 18.07.2007, http://henryjenkins.org/blog/2007/07/h3introduction_kristina_i_have.html [15.02.2021].

¹⁸ Costello/Moore, *Cultural Outlaws*, 2007, S133.

¹⁹ Vgl. Ibid., S. 130.

generated content“²⁰ (worunter auch Memes und GIFs fallen), vereinfacht in drei Gruppen: Konsumation, Partizipation und aktive Produktion. Konsumation bezieht sich dabei auf die eben erwähnten „lurkers“, die bestimmte Inhalte anderer User*innen lediglich betrachten, demnach diese Inhalte nur konsumieren.²¹

Unter Partizipation werden indes im Fandom-Bereich eine Vielzahl an Aktivitäten verstanden. Diese beinhalten „both user-to-user interaction and user-to-content interaction“, such as sharing, rating, and commenting“.²² Dabei ist es vor allem die Zirkulation, das heißt das Teilen und der gegenseitige Austausch über diese Fan-Works, die ein Gefühl von Gemeinschaft erzeugt und Kollektiv-bildend wirkt.²³ Fan-Aktivitäten können somit als weitgehend soziale, kollektive Akte angesehen werden, die eine Gemeinschaft hervorbringen und diese, durch die stetige Zirkulation und Interaktion immer weiter verbindet. In diesem Sinne seien, Gooch zu Folge, die verschiedenen Fan-Aktivitäten vor allem auch als Formen der Kommunikation miteinander und untereinander zu betrachten.²⁴

2.3 Fan-Kampagne

Traditionellerweise kann Aktivismus beschrieben werden als beabsichtige Handlung, die bestimmte gesellschaftliche oder politische Veränderungen hervorbringen soll und somit bestehende Hegemonien herausfordert. Fan-Aktivismus wird, im Gegensatz zu dem eben genannten üblichen Verständnis von Aktivismus, nicht mit gesellschaftlich-politischen Zielen, sondern mit Bemühungen, die auf eine auf das Fan-Objekt bezogene Veränderung hinauslaufen, in Verbindung gebracht. Darunter fallen beispielsweise Anforderungen auf Repräsentation von Minderheiten in einer Serie oder eines Films oder, wie in diesem Falle, die Rettung einer Serie vor dem Absetzen.²⁵ Earl und Kimport beschreiben Fan-Aktivismus in diesem Sinne als „not about the mix between political concerns and culture but rather action that looks like political activism but is used toward nonpolitical ends“²⁶ Solch nicht-politisch motivierter Aktivismus kann jedoch, Brough und Shresthova zu Folge, oft in politisch-

²⁰ Plevriti, Vasiliki, „Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement“, Diss., UK: University of Warwick, 2014, S. 14.

²¹ Vgl. Shao, G., „Understanding the Appeal of User-Generated Media. A Uses and Gratification Perspective“, *Internet Research* 19/1, 2009, S. 9, zit.n. Plevriti, Vasiliki, „Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement“, Diss., UK: University of Warwick, 2014, S. 14.

²² Ibid.

²³ Vgl. Sullivan, *Media Audiences*, 2013, S. 205.

²⁴ Vgl. Gooch, Betsy, „The Communication of Fan Culture. The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom“, Diss., Georgia Institute of Technology, 2008, <https://smartech.gatech.edu/handle/1853/21818> [20.09.2021], S.20.

²⁵ Vgl., Brough/Shresthova, 2012, Absatz [2.2].

²⁶ Earl, Jennifer/Katrina, Kimport, „Movement Societies and Digital Protest. Fan Activism and Other Nonpolitical Protest Online“, *Sociological Theory* 27/3, 2009, S. 221.

gesellschaftliche Vorhaben übergehen. In diesem Sinne beschreiben sie weiter: „Fan activism can thus also be understood as fan-driven efforts to address civic or political issues through engagement with and strategic deployment of popular cultural content.”²⁷ Fans machen sich die Inhalte ihres Fan-Objekts, sowie spezifische Fan-Praktiken und -Strategien zu Nutze, um sich für bestimmte Problemstellungen einzusetzen. Dies ist auch im Falle der SHADOWHUNTERS-Kampagne zu beobachten, bei der es schließlich zu massiven Charity-Aktionen, unter anderem für drei verschiedene Hilfs-Organisationen, kam.

Fan-Aktivismus kann daher zusammenfassend beschrieben werden als intentionale Handlung von Fans, die, via verschiedenster Fan-Praktiken und „fanlike strategies“²⁸, eine bestimmte Veränderung hervorbringen soll.²⁹

Obwohl Fan-aktivistische Tätigkeiten und -Aktionen seit jeher, auf unterschiedlichste Weise, stattgefunden haben, ist heutzutage ein auffallender Anstieg, beziehungsweise eine ansteigende Sichtbarkeit und Größe dieser Aktionen zu beobachten. Vor allem die sogenannten „Save Our Show“-Kampagnen werden immer prävalenter und einflussreicher. Dies ist, unter anderem, mit dem veränderten Ansehen von Fans, aber vorrangig mit dem, durch technologische Entwicklungen bedingten, steigenden Austausch zwischen Fans und Produzent*innen erklärbar.³¹ Über die Jahre veränderte sich die Stellung, das Ansehen, von Fans in der Gesellschaft von einem überwiegend negativen Bild, wie in Kapitel zwei angesprochen, hin zu der heutigen „geek‘ culture“, wie Peeples, Yen und Weigle in ihrem Beitrag beschreiben:

„Interests that are typically stigmatized now form the basis of online communities in which enthusiasts receive support and affirmation, and gain cultural capital through activities and interests that once remained hidden. This leads to increased comfort expressing these interests in public, increasing visibility of previously marginalized groups.”³²

Dadurch, sowie auch maßgeblich durch Social-Media bedingte Möglichkeiten der direkten Kommunikation und des direkten Austausches wird die Beziehung zwischen Medienproduzent*innen und Fans immer wechselseitiger und enger³³, wie auch Maloney beschreibt: „Audiences, through social media, have since established an increasingly direct

²⁷ Brough/Shresthova, 2012, Absatz [2.3].

²⁸ Ibid., Absatz [2.4].

²⁹ Vgl. Ibid.

³⁰ Guerrero Pico, María del Mar, „Fringe, Audiences, and Fan Labor. Twitter Activism to Save a TV Show From Cancellation“, *International Journal of Communication* 11, 2017, S. 2071.

³¹ Vgl. Guerrero Pico, „Fringe, Audiences, and Fan Labor“, 2017, S. 2071.

³² Peeples, Dale/Jennifer, Yen/Paul, Weigle, „Geeks, Fandoms, and Social Engagement“, *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America* 27/2, 2017, S. 247.

³³ Vgl., o.N., „Audiences and Media Producers. Who Holds the Power?“, *Virtual Cultures*, 2008, <http://civirtualcultures.blogspot.com/2008/04/how-has-development-of-new-media.html> [05.04.2020].

feedback channel with TV studios and creators.“³⁴

Unter anderem aus diesem Grund haben Fans heutzutage immer mehr das Gefühl gehört und ernst genommen zu werden, wie Ballinger beschreibt: „Fans are now more fearless. They believe they have the right to not only state their opinion but to aim those opinions at people with positions of power in the entertainment world.“³⁵ Fans zögern heutzutage nicht lange gegen bestimmte Entscheidungen zu protestieren und ihre Meinungen und Wünsche öffentlich zu machen. Die Möglichkeiten des Internets erlauben es den Fans sich über geographische Grenzen hinweg zusammenzuschließen und so schnell eine breite Masse an Fans und anderen Teilnehmer*innen für ihre Zwecke zusammenzubringen.³⁶

Save-Our-Show-Kampagnen, die Fandoms seit jeher zur Rettung ihrer geliebten Fernseh-Programme in die Wege geleitet haben, verlegten sich dabei immer mehr von offline Medien, wie Briefen, Telegrammen und Telefonanrufen an die Fernseh-Studios, auf den online-Raum.³⁷ In diesen Fan-organisierten Kampagnen werden heutzutage, für eine möglichst weitreichende Verbreitung der jeweiligen Anliegen des Fandoms, vor allem Social-Media-Plattformen wie Twitter herangezogen, weshalb diese Plattform auch einen Haupt-Fundort der in Kapitel sieben analysierten Artefakte bildete.

2.3.1 Memes und GIFs in Fan-Kampagnen – Soziale, Ökonomische, Politische Macht

Memes und GIFs können dabei, Chandler zu Folge, als Möglichkeit für Kommunikation, die sich außerhalb der Machtstrukturen von Mainstream-Medien befindet, dienen und bieten so eine Plattform für jede*n, der*die bestimmte Machtsysteme kritisieren oder satirisieren will.³⁸ Dies bildet, neben der weiten Verbreitung des Gebrauchs dieser Artefakte in Fandoms, einen weiteren Grund des überwiegenden Auftretens und Einsatzes von Memes und GIFs in solch fan-aktivistischen Aktionen und Kampagnen. Internet-Memes und GIFs kommt in diesen koordinierten Online-Kampagnen, vor allem in der Verbreitung und Anregung zur Teilnahme, eine wichtige Rolle zu, wie Shifman beschreibt: „Shared slogans that travel easily across large and diverse populations are essential to stimulating thousands or millions of people to take up a

³⁴ Maloney, Devon, „How Star Trek Fans Helped Change TV Forever“, *Vox*, 2017, <https://www.vox.com/culture/2017/9/29/16369692/star-trek-history-fan-campaign-original-series-discovery> [15.10.2021].

³⁵ Ballinger, Jenna Kathryn, „Fandom and the Fourth Wall“, *Transformative Works and Cultures* 17, 2014, <https://doi.org/10.3983/twc.2014.0569> [10.04.2020], Absatz [3.3].

³⁶ Vgl. Galloy, Chloe, „Evaluating Fan Power. The Influence of Online Fandom on Film Production, Promotion and Distribution“, *Crackinfilms*, 2012, <https://crackinfilms.wordpress.com/evaluating-fan-power-the-influence-of-online-fandom-on-film-production-promotion-and-distribution/> [01.04.2020].

³⁷ Vgl. Guerrero Pico, 2017, S. 2071-2072.

³⁸ Vgl. Chandler, Robert Curry, „Meme World Syndrome. A Critical Discourse Analysis of the First World Problems and Third World Success Internet Memes“, Diss., Orlando, Florida: University of Central Florida, 2013, S. 2.

cause.”³⁹ Das machtvolle hieran sei die Tatsache, dass jede*r Teilnehmer*in den Slogan oder die jeweilige Botschaft auf seine*ihre eigene Art und Weise personalisieren und adaptieren kann. Die Botschaft wird somit nicht nur auf eine einzige Weise vermittelt und kann so noch weitreichender und persönlicher wirken.⁴⁰

Memes und GIFs sind, nach Literat und Van den Berg, „by definition, transformative reappropriations of pre-existing artefacts and thus bridge individual expressions and collective aesthetics.”⁴¹ Shifman zieht in diesem Aspekt Verbindungen zu dem Konzept von „networked individualism“.⁴² Das Teilen eines Memes oder GIFs zeigt einerseits, dass der*die Benutzer*in „digitally literate“⁴³, kreativ und einzigartig ist, andererseits bezieht sich das jeweilige Artefakt auch auf ein meist weitverbreitetes und bekanntes memetisches Muster.⁴⁴ Dieser gegenseitige Bezug, der sich zwischen populären Memes und GIFs ergibt erlaubt es Teilnehmer*innen ihre eigene Individualität im Online-Raum darzustellen und gleichzeitig ihre Zugehörigkeit zu der breiteren Meme-Kultur, sowie spezifischen Fandom-Kulturen zu etablieren⁴⁵, wie Shifman auch in ihrem früheren Werk zu Memes beschrieben hat: „Since they are based on shared frameworks that call for variation, memes allow citizens to participate in public, collective actions, while maintaining their sense of individuality.“⁴⁶

Die Transformation und Weiterverbreitung von Memes und GIFs kann demnach als kulturelle Verkörperung von „networked individualism“ angesehen werden, wie sie weiter beschreibt: „[I]t allows people to be ‚themselves‘ together.”⁴⁷ Diese Artefakte können demnach als Mittel dienen, um eine individuelle oder kollektive Stimme auszudrücken, was sich für eine solche Fan-aktivistische Kampagne besonders eignet.⁴⁸ Die jeweiligen Memes und GIFs zeugen von persönlicher und individueller Transformation und Bearbeitung, folgen jedoch stets einem bestimmten und etablierten Muster des Einsatzes und der Ästhetik und dienen der Kommunikation mit anderen und Vermittlung ganz spezifischer Emotionen oder Aussagen. Dieser kollektive, soziale Aspekt der Meme- und GIF-Kultur, sowie der Mix aus

³⁹ Shifman, Limor, *Memes in Digital Culture*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2014, S. 128.

⁴⁰ Vgl. Chandler, „Meme World Syndrome“, 2013, S. 128.

⁴¹ Literat, Ioana /Sarah, Van den Berg, „Buy Memes Low, Sell Memes High. Vernacular Criticism and Collective Negotiations of Value on Reddit’s Meme Economy“, *Information, Communication & Society* 22/2, 28.01.2019, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1366540> [01.01.2021], S. 234.

⁴² Vgl. Shifman, Limor, „Internet Memes and the Twofold Articulation of Values“, in: William H., Dutton/Mark, Graham (Hg): *Society and the Internet. How Networks of Information and Communication are Changing our Lives*, Oxford: Oxford University Press 2019, S. 47.

⁴³ Shifman, 2014, S. 33.

⁴⁴ Vgl. Ibid.

⁴⁵ Vgl. Shifman, „Internet Memes and the Twofold Articulation of Values“, 2019, S. 47.

⁴⁶ Shifman, 2014, S. 129.

⁴⁷ Ibid., S. 39.

⁴⁸ Vgl. DeCook, Julia R., „Memes and Symbolic Violence. #proudboys and the Use of Memes for Propaganda and the Construction of Collective Identity“, *Learning, Media and Technology* 43/4, 2018, <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1544149> [26.11.2020], S. 486.

Musterhaftigkeit und individueller Varianz, ist von zentraler Bedeutung und wird in Kapitel drei noch genauer ausgeführt.

Shifman zu Folge bergen Memes und GIFs, neben dieser sozialen Macht, auch bedeutsame ökonomische und politische Macht. Der ökonomische Aspekt, der im Kontext von Fan-Kampagnen ebenfalls von Bedeutung ist, bezieht sich auf die sogenannte Aufmerksamkeitsökonomie.⁴⁹ Die Zusammensetzung von Memes und GIFs, deren besondere Fähigkeit Viel mit wenig Aufwand vermitteln zu können, ist in der heutigen Aufmerksamkeitsökonomie überaus nützlich, wie auch Voigts beschreibt: „It is marked by new modes of engagement (mobilized and manipulable, spreadable and shareable, accelerated, compact, and integrated into day-to-day activities“.⁵⁰ Das Konzept der Aufmerksamkeitsökonomie beschreibt ökonomische Systeme, in denen die bedeutsamste Ressource Zeit oder menschliche Aufmerksamkeit ist.⁵¹ Die Aneignung von ikonischen Nachrichten, sowie visuellem und memetischem Material, ist in Kampagnen, politischer oder nicht-politischer Natur, wie bereits angeführt, oft zu beobachten, da hierdurch so viel Aufmerksamkeit wie möglich erlangt werden kann, wie Shifman beschreibt: „[T]he reappropriation of messages [...] by numerous users help in promoting a topic on the mass media agenda, which, in turn, draws more attention to it.“⁵² Im Falle von Memes und GIFs wird dieser Aspekt der Aufmerksamkeitserregung durch den Einsatz ikonischer und bekannter Bilder/Sequenzen und Phrasen, sowie ganz spezifischem Bildmaterial zusätzlich verstärkt. Der Aspekt der Aufmerksamkeitserregung ist auch stark in der SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne zu beobachten. Viele der eingesetzten Memes und GIFs haben den alleinigen Zweck, durch das Bildmaterial und die Zusammensetzung des jeweiligen Artefaktes, Aufmerksamkeit und folglich Teilnahme für die Kampagne zu erregen.

Internet-Diskurs generell und Fandom-Interaktionen im Speziellen, werden, wie aus obigen Ausführungen erkennbar, immer tiefgreifender beherrscht von Artefakten, die visuellen sowie linguistischen Ausdruck verbinden und auf und zu bestimmten Geschehnissen und Standpunkten Kommentar leisten.⁵³ Dies kann zu alltäglichen, kommunikativen Zwecken oder auch mit strategischen, organisierten, aktivistischen Zielen verbunden sein. Besonders prävalent und immer allgegenwärtiger sind hierbei jene Artefakte, die oben unter den Bezeichnungen „Meme“

⁴⁹ Vgl., Shifman, 2019, S. 47.

⁵⁰ Voigts, Eckart, „Memes, GIFs, and Remix Culture. Compact Appropriation in Everyday Digital Life 1“, in: Dennis Ray, Cutchins/Katja, Krebs/ Eckart, Voigts (Hg): *The Routledge Companion to Adaptation*, 2018, S. 395.

⁵¹ Vgl. Shifman, 2019, S. 47.

⁵² Shifman, 2014, S. 33.

⁵³ Vgl. Dancygier, Barbara /Lieven, Vandelanotte, „Internet memes as multimodal constructions“, *Cognitive Linguistics* 28/3, 28.08.2017, S. 565.

und „GIF“ angeführt wurden.

Einige zentrale Aspekte dieser Artefakte wurden hierbei bereits vorab genannt. Im folgenden Kapitel werden diese Artefakte genauer vorgestellt und tiefgreifender beleuchtet, um zu klären, was darunter verstanden wird, was sie auszeichnet und wie sie aufgebaut sind.

3. (INTERNET-) MEME

Der Begriff „Meme“ stammt ursprünglich von Evolutionsbiologen Richard Dawkins.⁵⁴ In seinem Werk „The Selfish Gene“, das 1976 erstmals veröffentlicht wurde, benutzt Dawkins diesen Begriff, um menschliche Verhaltensweisen zu beschreiben, die nicht durch bestimmte Gene, sondern durch Kultur und kulturelle Faktoren ausgelöst werden. Er schlägt vor, solch non-genetisches Verhalten als „Meme“ zu bezeichnen.⁵⁵ Während Gene von physischen Prozessen der Reproduktion für ihre Replikation abhängig sind, geschieht dies bei Memes durch mentale Prozesse der Beobachtung und Imitation.⁵⁶ Das Wort Meme selbst kommt dabei vom griechischen „*mimema*, signifying „something which is imitated“, was Dawkins schließlich auf „meme“ kürzte, damit es sich auf „gene“ reimt.⁵⁷ Limor Shifman beschreibt Dawkins Konzept in ihren Ausführungen zu Internet-Memes wie folgt:

„Like genes, memes are defined as replicators that undergo variation, competition, selection and retention. At any given moment, many memes are competing for the attention of hosts; however, only memes suited to their sociocultural environment spread successfully, while others become extinct.“⁵⁸

Wie im Folgenden ersichtlich wird, kann diese Erläuterung auch auf das Phänomen von Internet-Memes angewandt werden. Denn auch bei Internet-Memes geht es um bestimmte „Motive und Ideen [...] die reproduziert werden und sich als überlebensfähig erweisen.“⁵⁹

Nach der Logik von Dawkins, sei, Carter zu Folge, auch das Konzept von Memes selbst ein Meme: „[A] verbal configuration that both carries social understanding of phenomena and is capable of adapting and evolving.“⁶⁰ Demnach ist es auch nicht verwunderlich, dass sich der Begriff Meme, vor allem mit dem Aufkommen einer vernetzten, digitalen Kultur, stetig weiterentwickelt.⁶¹ Das Internet habe hier große Auswirkungen auf drei Schlüssel-Eigenschaften einer erfolgreichen Verbreitung von Memes: „[L]ongevity, fecundity, and copy fidelity“.⁶²

⁵⁴ Vgl. Jenkins, Eric S., „The Modes of Visual Rhetoric. Circulating Memes as Expressions“, *Quarterly Journal of Speech* 100/4, 2014, <https://doi.org/10.1080/00335630.2014.989258> [26.11.2020], S. 446.

⁵⁵ Vgl. Davison, Patrick, „The Language of Internet Memes“, in: Michael, Mandiberg (Hg): *The Social Media Reader*, New York: New York University Press, 2012, S. 121.

⁵⁶ Vgl. Davison, 2012, S. 121.

⁵⁷ Shifman, 2014, S. 10.

⁵⁸ Ibid., S. 9.

⁵⁹ Tetzlaff, Stefan, „Memes und Frames: Zur Markiertheit als semiotischem Verfahren“, in: Andres, Veits/Wiebke, Vorrath/Johannes C., Schmid (Hg): *Praktiken medialer Transformationen*, Bielefeld: transcript Verlag, 2018, S. 177.

⁶⁰ Carter, Jonathan S., „Enchanting Memes. Memetic Politics in the Face of Technocratic Control“, Diss., Nebraska, US: The University of Nebraska - Lincoln, 2016, S. 8.

⁶¹ Vgl. Ibid.

⁶² Shifman, 2014, S. 17.

In Anlehnung an Dawkins beschreibt Shifman diese Charakteristika bezogen auf Internet-Memes wie folgt:

„Online meme transmission has higher copy fidelity (that is, accuracy) than communication through other media, since digitization allows lossless information transfer. Fecundity (the number of copies made in a time unit) is also greatly increased— the Internet facilitates the swift diffusion of any given message to numerous nodes. Longevity may potentially increase, as well, because information can be stored indefinitely in numerous archives.“⁶³

Trotz der Tatsache, dass Internet-Memes, vor allem in der heutigen Netzwerk-Kultur, in Online-Gemeinschaften, immer mehr zur vorherrschenden Form der Kommunikation werden, gibt es derzeit keine einheitliche, exakte Definition dieses Artefaktes, beziehungsweise Phänomens. Der Begriff wurde von sogenannten „creators of participatory content“⁶⁴ aufgegriffen und folglich, vereinfacht gesagt, dafür verwendet, kulturelle Artefakte zu beschreiben, die Text und Bild zusammen einsetzen, um einen Witz zu erzählen, einen Kommentar über etwas abzugeben oder ein Argument hervorzubringen.⁶⁵ Wie Stemmann beschreibt wird „[a]uf einer Metaebene [...] bereits in der Wortherkunft ein zentraler Wirkungs- und Funktionsmechanismus von Memes sichtbar: Es werden vorhandene Zeichen aufgegriffen, neu arrangiert und mit anderer Bedeutung versehen.“⁶⁶ Memes entstehen somit aus einer Aneignung und (Wieder-)Verwendung bereits vorhandenem Bild- oder Schriftmaterials. Dabei werden diese beiden Modalitäten – Bild und Schrift – miteinander verbunden und auf unterschiedliche Weise zusammengesetzt. Memes seien somit „[i]n ihrer formalen Konstruktion hybride Formen“⁶⁷, nach Bülow, Merten und Johann auch als „multimodale Konstruktion“⁶⁸ bekannt. Als solche „multimodale Konstruktionen“ beschreiben Bülow et. al. dabei all jene Artefakte, die, wie der Name bereits verrät, aus verschiedenen Modalitäts-Teilen bestehen.⁶⁹ Im Falle von Memes sind diese Teile meist Bild und Text.

Memes greifen in ihrer Erstellung auf einen „medialen Fundus“⁷⁰ zurück und transformieren dieses Material, diese Referenzen dann auf jeweils unterschiedliche Art und Weise.⁷¹ „Die bereits vorhandenen Zeichen lösen sich [dabei] aus ihrem bisherigen Rahmen und werden Material für neue Bezugnahmen.“⁷² Bei dieser Erstellung und Transformation von Memes wird oft kreativ

⁶³ Shifman, 2014, S.17.

⁶⁴ Soegito, Anthony, „Fans Vs. Critics. Challenging Critical Authority Through Memes“, *The Journal of Fandom Studies* 7/3, 2019, S. 281.

⁶⁵ Vgl. Milner, Ryan M., „The World Made Meme. Discourse and Identity in Participatory Media“, Diss., Lawrence, KS: University of Kansas, 2012, S.11, zit.n. Soegito, „Fans Vs. Critics“, 2019, S. 281.

⁶⁶ Stemmann, „Bild-Text-Dynamiken in Digitalen Kulturen“, 2019, S. 136.

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ Bülow, Lars /Marie-Luis, Merten/Michael, Johann, „Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen“, *Zeitschrift für angewandte Linguistik: ZfAL* 69, 2018, S. 13.

⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Stemmann, 2019, S. 140

⁷¹ Vgl. Ibid.

⁷² Ibid.

mit verschiedenen etablierten Satz-, Bild-, Video- oder performativen Tropen gespielt.⁷³ Ikonische Figuren, Film- oder Serienszenen und andere Stoffe verschiedenster medialer Formate sowie „Personen des Zeitgeschehens“⁷⁴ werden aus ihrem Kontext genommen und in der Meme-Erstellung in „neue Zusammenhänge gestellt, oftmals im Rekurs auf andere mediale fiktionale Texte, [meist] um eine komische Wirkung zu erzielen“.⁷⁵ In diesem Rekurs, in dem sich ergebenden möglichen intertextuellen Spiel mit mehreren Bedeutungsebenen, ist vor allem bei Fans oft ein besonders kreatives Vorhaben bemerkbar. In ihrer Bearbeitung und Umformung des Materials sind ihnen dabei keinerlei Grenzen gesetzt. Verschiedenste Fandom-Welten, Charaktere, Referenzen, sowie auch nicht-diegetisches Material, wie beispielsweise Interview-Ausschnitte, werden miteinander verbunden und in neuen Bezug zueinander gestellt, um neue Bedeutungen hervorzubringen, wie auch Ossa genauer beschreibt:

„So ermöglicht beispielsweise die Verwendung von Originalbildern die Zuordnung zu spezifischen *storyworlds* durch wiedererkennbare Schauspieler*innen, spezifische Zeichenstile oder charakteristische Kostüme und Settings, während von Fans erstellte Zeichnungen oder sprachliche Verweise auf Figuren ihre Referenztexte nicht immer spezifizieren. Dabei können sich die Fans flexibel auf mehrere *storyworlds* beziehen und die Trennung zwischen extra und intradiegetischen Elementen kann verschwimmen.“⁷⁶

Die intensive Beschäftigung von Fans bezieht sich folglich nicht nur auf Material der Serie selbst. Fans möchten alles Mögliche über ihr Fan-Objekt wissen und ziehen hierfür beispielsweise auch Informationen und Material zu den Schauspieler*innen selbst, zur Produktion, Behind-The-Scenes-Clips, sowie Aufnahmen von Conventions oder Award-Shows, bei denen die Besetzung der Serie auftritt, heran.⁷⁷ Jegliches Material, indem die Schauspieler*innen vorkommen, wird zum möglichen Rohmaterial für Fans. Dabei sind diese Fans meist auch nicht nur Teil eines einzigen Fandoms, und so entstehen oft neue Bezüge zwischen den verschiedenen Storyworlds, Charakteren und/oder Schauspieler*innen. Diese neuen Zusammensetzungen beziehen sich dann auf jeweils verschiedenste Kontexte, werden von anderen Fans und User*innen auf deren eigene Art und Weise interpretiert und womöglich wieder weiter umgeformt und transformiert.

Das bedeutet, dass am Beginn der Meme-Entstehung „ein potentiell memefähiges Bild vorliegt, das sich – charakteristisch für diese Modalität – auf unterschiedliche Weise betrachten, interpretieren bzw. ‚lesen‘ lässt.“⁷⁸ Demnach gibt es auch nicht eine einzige Variante eines

⁷³ Vgl. Milner, Ryan M., *The World Made Meme. Public Conversations and Participatory Media*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016, S. 217.

⁷⁴ Stemmann, 2019, S. 137.

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Ossa, „Metalepsen in der Partizipationskultur“, 2018, S. 161.

⁷⁷ Vgl. Hautsch, 2018, Absatz [2.6].

⁷⁸ Bülow/Merten/Johann, „Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen“, 2018, S. 10.

Memes, da sich dieses durch Remix und Transformation stetig verändert und adaptiert. So „werden auch Memes selbst wiederum zu Bausteinen, die weiter collagiert, umcodiert und verformt werden.“⁷⁹

Aus dieser Beschreibung wird bereits ein starker Bezug zu sogenannter „remix culture“⁸⁰ ersichtlich. Linda Huber beschreibt das Konzept von Remix in ihrem Artikel dabei als „strategy for turning the media consumer into the media producer [...]“⁸¹, eine Anmerkung, die stark an Henry Jenkins Konzept des „Poachers“⁸² erinnert, auf das im weiteren Verlauf noch genauer eingegangen wird.

Remix-Kultur wurde zudem definiert als die Tendenz, kulturelle Artefakte aufzugreifen und sie zu neuen kreativen Mischungen zu kombinieren oder zu bearbeiten.⁸³ Da Imitation als Essenz der Meme-Produktion angesehen werden kann, bauen diese stark auf besagte Remix-Strategien.⁸⁴ Diese ständige Veränderung und Variation bringt stetig neue Bedeutungen und Interpretationen mit sich, wie Stemmann beschreibt: „Die semantischen Konstruktionen von Memes sind beständig im Fluss und werden durch den aktiven Gebrauch der UserInnen immer weiter verformt.“⁸⁵ Individuelle Beispiele von Memes bestehen demnach aus Referenzen zu anderen Medien-Inhalten, beispielsweise von der Populärkultur, beziehen sich dabei in ihrer Gestaltung jedoch immer auch aufeinander. Shifman schlägt folglich vor, Memes nicht als einzelne Ideen anzusehen, sondern als „groups of content items“.⁸⁶ Die in dieser Gruppe zusammengefassten Artefakte teilen charakteristische formale Eigenschaften, unterscheiden sich jedoch in ihrem Inhalt und ihrer Bedeutung, da sie ständig neu interpretiert, adaptiert und transformiert werden. Dieses

„Spiel mit Kern und Varianz, das sich um semantisches Material auf Text- und Bildebene entspinnt, ist zentral für die Konstruktion von Memes. Auf der Darstellungsebene wird ein Schema von Text- und Bildformel realisiert und reproduziert, das sich auf der inhaltlichen Ebene wiederum variantenreich aus-differenzieren kann.“⁸⁷

⁷⁹ Stemmann, 2019, S. 138.

⁸⁰ Vgl. Katz, Yuval/Limor, Shifman, „Making Sense? The Structure and Meanings of Digital Memetic Nonsense“, *Information, Communication & Society* 20/6, 2017, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1291702> [26.11.2020], S. 829.

⁸¹ Linda Huber, „Remix Culture & The Reaction GIF“, 2015, <https://puellaludens.com/2015/02/26/mrw-remix-culture-and-the-reaction-gif/> [20.12.2022], [orig. *GNOVIS. Communication, Culture and Technology*, 2015, <http://www.gnovisjournal.org/2015/02/25/remix-culture-the-reaction-gif/> [10.10.2020]].

⁸² Jenkins, 2013, S. 36.

⁸³ Vgl. Knobel, Michele /Colin, Lankshear, „Remix. The Art and Craft of Endless Hybridization“, *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 52, 2008, S. 22, zit.n. Katz/Shifman, „Making Sense? The Structure and Meanings of Digital Memetic Nonsense“, 2017, S. 828.

⁸⁴ Vgl. Katz/Shifman, 2017, S. 829.

⁸⁵ Stemmann, 2019, S. 144.

⁸⁶ Shifman, 2014, S. 41.

⁸⁷ Stemmann, 2019, S. 142.

In genau diesem Spiel, in diesen verschiedenen Versionen und Variationen eines, darstellungstechnisch gleichbleibendem, Musters, das diese Versionen stets miteinander verbindet, sieht Stemann den einzigartigen Reiz von Memes.⁸⁸ Demnach variieren die verschiedenen Meme-Versionen auch enorm in ihrer Komplexität, wie sie weiter beschreibt: „Diese reichen von simplen Strukturen bis zu multiplen Verlinkungen. [...] Die Grade der Komplexität, von Memes sind variabel und beinhalten außerdem oft Anspielungen auf weitere kulturelle Bereiche.“⁸⁹ Dieser Aspekt der Variation, sei ebenfalls ein wichtiger Unterscheidungspunkt zwischen memetischer Verbreitung und dem heutzutage, im Online-Bereich, oft-verwendeten Begriff der „Virals“, wie sie beschreibt:

„Im Falle von sogenannten Virals steht die Verbreitung eines sich nicht verändernden Inhalts – kurz: dessen Replikation – im Vordergrund. Memes lassen sich davon durch den Aspekt der sprachlichen und/oder bildlichen Variation, also durch das Abweichen vom Original, entscheidend abheben.“⁹⁰

In ihrer Verbreitung und Zirkulation durch mehrere User*innen im Online-Raum verändert sich die Bedeutung und Interpretation eines jeden Memes stetig in verschiedene Richtungen, „prompting different identifications and affections.“⁹¹

Internet-Memes als partizipatorisch, soziales Artefakt und Praktik

Die einzigartigen Eigenschaften des Internets haben die Verbreitung von Memes zu einer allgegenwärtigen und sichtbaren Routine gemacht.⁹² Aitwani zu Folge können Internet-Memes dabei als wesentlich partizipatorische Artefakte angesehen werden: „[O]pen, collaborative, and adaptable.“⁹³

Memes seien zudem grundlegend soziale Artefakte, denn sie benötigen „networked human ,hosts““ um zu überleben.⁹⁴ Diesen sozialen Aspekt, das heißt der bewusste Eingriff, die bewusste Transformation und Weiterverbreitung durch Internet-Benutzer*innen, beschreibt auch Dawkins selbst:

„An internet meme is a hijacking of the original idea. Instead of mutating by random chance, before spreading by a form of Darwinian selection, internet memes are altered deliberately by human creativity. In the hijacked version, mutations are designed, not random, with the full knowledge of the person doing the mutating.“⁹⁵

⁸⁸ Vgl. Stemann, 2019, S. 142.

⁸⁹ Stemann, 2019, S. 139-140.

⁹⁰ Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 5.

⁹¹ Jenkins, Eric S., „The Modes of Visual Rhetoric“, 2014, S. 445.

⁹² Vgl. Shifman, 2014, S. 17.

⁹³ Aitwani, Sanya Kumar, „Taking Internet Memes Seriously. A Literature Review“, https://www.academia.edu/38491333/Taking_Internet_Memes_Seriously_A_Literature_Review [26.11.2020], S. 5.

⁹⁴ Vgl. Knobel, Michele/Colin, Lankshear, „Online Memes, Affinities, and Cultural Production“, in: Michele, Knobel/Colin, Lankshear (Hg): *A New Literacies Sampler*, New York: Peter Lang, 2007, S. 219.

⁹⁵ Dawkins, Richard, „Just for Hits’ Satchi and Satchi New Directors Showcase“, *YouTube*, 2012, <https://www.youtube.com/watch?t=305&v=GFn-ixX9edg>, zit.n. Carter, „Enchanting Memes“, 2016, S. 8.

Jede*r Teilnehmer*in, der*die ein Meme imitiert und teilt, verändert dabei, wenn auch auf subtile Weise, stets die jeweilige rhetorische Wirkung dieses Artefaktes.⁹⁶ Memes sind demnach zugleich allgemein und speziell.⁹⁷ Während Eric Jenkins Internet-Memes als tatsächliches Beispiel von Dawkins Konzept kategorisiert, da sie Teile kultureller Information sind, die durch verschiedenste Arten der Imitation reproduziert werden,⁹⁸ sehen Dancygier und Vandelanotte in der genannten Wichtigkeit der menschlichen Aktivität bei der Meme-Herstellung und -Zirkulation, eine direkte Abgrenzung dazu.⁹⁹ Im Vergleich zu der Art von Kultur-Einheit, die Dawkins im Kopf hatte, die größtenteils unverändert und relativ passiv, über einen längeren Zeitraum, vermittelt wird, erfordern Memes, wie oben beschrieben, beachtliche menschliche Tätigkeit (in Form von User*in-erzeugten Variationen und Remixen).¹⁰⁰ Auch Milner hebt in seiner Auseinandersetzung mit Internet-Memes die Verbreitung und Transformation durch zahlreiche Internet-Benutzer*innen, sowie den multimodalen, symbolischen Charakter dieser Artefakte hervor.¹⁰¹ Meme-Produktion und -Rezeption kann folglich als soziale, kollektive und partizipative Praktik des Online-Raumes, und vor allem von Online-Fandoms, verstanden werden. Internet-Memes, als spezifisches Genre memetischer Medien, bieten, Literat und Van den Berg zu Folge, einen Einblick in die sozialen und kreativen Dimensionen von partizipatorischen Kulturen des Internets.¹⁰²

Es ist hier von zentraler Bedeutung anzuführen, dass Memes und GIFs stets in „konkrete Strukturangebote sozialer Medien wie social networking sites (SNS) (z.B. Facebook, Twitter) oder social media platforms (SMP) (z.B. YouTube [...]) eingebunden“ sind.¹⁰³ Dieser spezifische Rahmen des Online-Raumes ergebe, nach Bülow et. al., eine „Architektur des Mitwirkens“¹⁰⁴, einen „polyvocal meeting space“¹⁰⁵ an dem verschiedenste User*innen zusammentreffen und gemeinsam, im gegenseitigen Austausch, bestimmtes Material produzieren, konsumieren und weiterverbreiten.¹⁰⁶ Stemmann beschreibt hierzu passend: „Man

⁹⁶ Vgl. Carter, 2016, S.21.

⁹⁷ Vgl. Milner, Ryan M., „Media Lingua Franca. Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes“, *AoIR Selected Papers of Internet Research* 14, 2013, <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8725> [26.11.2020], S. 1.; Vgl. auch: Milner, *The World Made Meme*, 2016, S. 217.

⁹⁸ Vgl. Jenkins, Eric S., 2014, S. 446.

⁹⁹ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 566.

¹⁰⁰ Vgl. Ibid.

¹⁰¹ Vgl. Milner, Ryan M., „Pop Polyvocality. Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement“, *International Journal of Communication* 7/34, 2013, S. 2359, zit.n. Plevriti, „Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement“, 2014, S. 4.

¹⁰² Vgl. Literat/Van den Berg, „Buy Memes Low, Sell Memes High“, 2019, S. 234.

¹⁰³ Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 6.

¹⁰⁴ Androutsopoulos, Janis K., „Multimodal – Intertextuell – Heteroglossisch. Sprach-Gestalten in ‚Web 2.0‘-Umgebungen“, in: Arnulf, Deppermann/Angelika, Linke (Hg.): *Sprache Intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Berlin: De Gruyter, 2010, S. 421, zit.n. Bülow/ Merten/Johann, 2018, S.6.

¹⁰⁵ Shifman, 2014, S. 119, zit.n. Bülow/Merten/Johann 2018, S. 6.

¹⁰⁶ Vgl. Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 6.

nimmt teil und teilt mit anderen, wodurch sich immer weiter fortsetzende Schleifen der Bezüge ergeben.“¹⁰⁷ Diese Aussage erinnert ebenfalls stark an Fandom-Dynamiken, wobei Interpretation, Kreativität, Transformation, Partizipation und Zirkulation von Werken Kern-Aspekte darstellen.

Zahlreiche Online-Tools, wie verschiedenste Meme-Generatoren, machen die Teilnahme und Erzeugung weiterer Artefakte einfacher als je zuvor. Die strenge Grenze zwischen Konsument*in und Produzent*in, sowie auch eine gewisse „Schwelle zur Produktion“¹⁰⁸ wird somit stetig geringer, beziehungsweise löst sich nach und nach immer mehr auf.¹⁰⁹ Memes und GIFs als „Praktik der Partizipation“¹¹⁰ beschreibt Stemmann demnach wie folgt:

„Indem die RezipientInnen mit der Kreation von Memes selbst in die Rolle der ProduzentInnen eigener Kurztexte treten, können sie aktiv am Archiv mitschreiben, mit Assmann also ‚in kulturellen Praktiken der Wiederholung, Aneignung und symbolischen Wertschätzung‘¹¹¹ Bedeutung generieren oder wie es Stalder formuliert, sich in ‚kulturelle Prozesse einschreiben‘¹¹²“¹¹³

Die stetige Transformation und Weiterverbreitung dieser Artefakte durch verschiedenste Benutzer*innen lässt diese an einem breiteren Meme-Diskurs teilhaben und erlaubt es ihnen gleichzeitig ihre eigene Identität im Online-Raum zu etablieren. Ein Aspekt, der auf das in Kapitel zwei vorgestellte Konzept von *networked individualism* zurückhält. Dabei ist vor allem auch der gegenseitige Austausch über und zu den jeweiligen Artefakten von Bedeutung. Bestehendes, bekanntes und wiedererkennbares Material wird über- und bearbeitet und verweist dabei, durch den stetigen kommunikativen Austausch untereinander, nicht nur auf das Material, sowie das zugrundeliegende Original-Material selbst, sondern ebenso auf andere Variationen dieses Memes, und auch die breitere Meme-Kultur. Stemmann beschreibt hierzu nach Fischer und Grünewald-Schukalla: „[S]ie [beruhen] [...] auf einer kollektiven Dynamik, in der dutzende, hunderte oder sogar tausende individuelle Beiträge in wechselseitiger Referenz produziert werden.“¹¹⁴

¹⁰⁷ Stemmann, 2019, S. 142.

¹⁰⁸ Ibid.

¹⁰⁹ Vgl. Ibid.

¹¹⁰ Ibid., S. 139.

¹¹¹ Assmann, Aleida, „Archive im Wandel der Mediengeschichte“, in: Knut, Ebeling/Stephan, Günzel (Hg.): *Archivologie. Theorien des Archivs in Wissenschaft, Medien und Künsten*, Berlin, 2009, S. 170, zit.n. Stemmann, 2019, S. 142.

¹¹² Stadler, Felix, *Kultur der Digitalität*, Berlin, 2016, S. 99, zit.n. Stemmann, 2019, S. 142.

¹¹³ Stemmann, 2019, S. 142.

¹¹⁴ Fischer, Georg/Lorenz, Grünewald-Schukalla, „Editorial“, in: Georg, Fischer/Lorenz, Grünewald-Schukalla (Hg.): *Originalität und Viralität von (Internet-) Memes*, Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, <http://www.kommunikation-gesellschaft.de/meme2018.html>, Jg. 19 (2018), Beitrag 1. Online-Publikation: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-56040-8> (28.06.2018), S. 1, zit.n. Stemmann, 2019, S. 138.

Das bestehende, spezifische Muster, dessen Inhalt immer wieder variiert und verändert werden kann, von Milner auch als „prepatternning“¹¹⁵ bezeichnet, ist es, dass es ihnen erlaubt neben Individuellem auch Kollektives auszudrücken. Er beschreibt hierzu: „After all ,through pret patterning, the individual speaks through the group, and the group speaks through the individual’“¹¹⁶

Alles in allem macht sich der kreative spielerische Umgang mit dem Material, der in vielen Online Memes zu erkennen ist, sei es aus reinen Pastiche-Zwecken oder als öffentlicher Kommentar, geteilte populärkulturelle Erfahrungen und Praktiken zu nutze.¹¹⁷

Memes erlauben nicht nur das Teilen, sondern auch die Ko-Produktion cleverer kultureller Artefakte. Dabei verlassen sich die User*innen auf Ideen und Emotionen, die von Anderen in einer bestimmten Diskurs-Gemeinschaft geteilt oder zumindest bekannt sind, und, wie Dancygier und Vandelanotte beschreiben, „they are shared precisely to elicit responses (likes, tags, comments) and further iterations, in a creative cycle both creating and sustaining the discourse community.“¹¹⁸

Memetische Medien existieren daher über individuelle Signatur oder Referenzen hinweg, wie Milner beschreibt: „[T]hey’re collectively created, circulated, and transformed by those who engage with them.“¹¹⁹

Louisa Stein spricht in diesem Zusammenhang auch von „additive collective authorship“ oder „collective transformative authorship“ wobei ein Beitrag, der von einem*r User*in kreiert wurde und dabei Material von jemand anderem (meist von der kommerziellen Medienindustrie) verwendet, dann von mehreren weiteren User*innen geteilt wird, die wiederum Kommentare, Hashtags und weitere Ebenen an zusätzlichen Material hinzufügen.¹²⁰

Memes sind Teile kultureller Information, die von Person zu Person weitergetragen werden, und sukzessive zu einem sozialen Phänomen werden.¹²¹ Obwohl sie sich auf Mikro-Ebene verbreiten, ist deren Effekt und Auswirkung auf dem Makro-Level zu spüren, wie Shifman beschreibt: „[M]emes shape the mindsets, forms of behavior, and actions of social groups.“¹²² Auch wenn die Thematik der Artefakte oft trivial wirkt, sind diese Memes in einer Welt der

¹¹⁵ Milner, „Media Lingua Franca“, 2013, S. 2.

¹¹⁶ Tannen, D., *Talking Voices. Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse*,², Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007, S. 100, zit.n. Milner, 2013, S.5.

¹¹⁷ Vgl. Knobel/Lankshear, 2007, S. 217.

¹¹⁸ Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 594.

¹¹⁹ Milner, 2016, S. 219-220.

¹²⁰ Stein, Louisa Ellen, „Tumblr Fan Aesthetics“, in: Suzanne, Scott/Melissa, A., Click (Hg.): *The Routledge Companion to Media Fandom*, New York/London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018, S. 92.

¹²¹ Shifman, 2014, S. 18.

¹²² Ibid.

online-Kommunikation ein wichtiger Weg, schnell und effektiv Meinungen und Haltungen mit bestimmten Gruppen von Menschen zu teilen.¹²³

Weiters ist die einfache Tätigkeit des Teilens und Verbreitens von Memes zu einer begehrten und hoch geschätzten Aktivität geworden, da es in Verbindung dazu steht, was als die grundlegende Aktivität von Web 2.0. identifiziert wurde: „[S]haring“.¹²⁴ Das Teilen und Weiterverbreiten von Inhalten taucht, Shifman zu Folge, als zentrale kulturelle Logik auf. In der heutigen digitalen Ära laufen die beiden Bedeutungen, die das Wort in der vordigitalen Zeit hatte, zusammen: Teilen als Verteilung und Teilen als Kommunikation, wie sie anschaulich beschreibt: „When I post a funny clip on Facebook, I distribute a cultural item and at the same time express my feelings about it. And most often, I anticipate that others will continue spreading the piece that I have enjoyed so much.“¹²⁵ Das Teilen und Verbreiten von Inhalten und Artefakten, wie Memes und GIFs, ist demnach heutzutage ein fundamentaler Teil davon, was Teilnehmer*innen in der digitalen Sphäre erfahren.¹²⁶

Memes können demnach gleichzeitig Formen alltäglicher Kommunikation und Kreativität darstellen, sowie Ressourcen für strategische Praktiken bieten.¹²⁷

Schließlich beschreibt Shifman, in Anlehnung an Milner, fünf Schlüsselfaktoren der Meme-Kultur, beziehungsweise der Meme-Erstellung und -Rezeption. Unter Rezeption und Teilnahme an der hier genannten Meme-Kultur verstehe ich in dieser Arbeit, auch folgend dem Verständnis von Teilnahme in Fandoms, wie in Kapitel zwei beschrieben, jegliche Arten des Austausches untereinander in der virtuellen Gemeinschaft.¹²⁸ Dies kann demnach die tatsächliche Erstellung und das Veröffentlichen von Memes selbst oder die Adaption und Transformation bestehender Meme-Templates sein, jedoch auch das Teilen, Liken oder Kommentieren von (Meme-) Beiträgen.

Die fünf angeführten Schlüsselfaktoren sind folgend:

- Multimodalität: Möglichkeit des Ausdrucks via multipler Formen und Modi der Kommunikation,¹²⁹
- Aneignung: „,[P]oaching‘ existing texts to create new meanings“¹³⁰,

¹²³ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 594.

¹²⁴ Shifman, 2014, S. 19.

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ Vgl. Ibid.

¹²⁷ Vgl. Fischer/Grünwald-Schukalla, „Editorial“, 2018, S. 1, zit.n. Stemann, 2019, S. 138.

¹²⁸ Turk, Tisha, „Fan Work. Labor, Worth, and Participation in Fandom’s Gift Economy“, *Transformative Works and Cultures* 15, 2014, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/518> [10.11.2021].

¹²⁹ Vgl. Shifman, 2019, S. 45.

¹³⁰ Ibid.

- Resonanz: Emotionale Verbindungen zu Individuen und Gruppen, beziehungsweise Gemeinschaften,¹³¹
- Kollektivismus: „[S]ocial creation and transformation“¹³²,
- Verbreitung: „[N]etwork-facilitated circulation“¹³³

Memes zeichnen sich demnach durch ihre Zusammensetzung aus mehreren Modalitäten aus, was den User*innen mehr Kreativitäts-Freiraum und mehrere Ebenen der Bedeutungserzeugung erlaubt. Sie verwenden bestehendes Material für ihre eigenen Zwecke, wenden sich mit ihren Produktionen an bestimmte Personen, Gruppen und Öffentlichkeiten und treten so in einen sozialen, partizipativen Austausch miteinander. Die entstehenden Artefakte werden stetig weiterverbreitet, transformiert, kommentiert und anschließend wieder weiter geteilt im Online-Raum.

3.1 Formen des Internet-Memes

Internet-Memes können all diesen Ausführungen folgend, zusammenfassend, nach Shifman, beschrieben werden als: „(a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form and/or stance, which (b) were created with awareness of each other, and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users.“¹³⁴

Diese Definition fasst bereits gut die theoretische Betrachtung und Herleitung von Internet-Memes zusammen. Was kann jedoch demnach konkret als Meme bezeichnet werden? Der Begriff Internet-Meme umfasst eine breite, diverse Kategorie an Morphologien, Funktionen, Bereichen und Text-Formen.¹³⁵

Als Meme können einerseits oft-wiederholte Phrasen oder ikonische Wörter, beziehungsweise Aussagen der Popkultur, sowie dem subkulturellen Bereich beschrieben werden. Andererseits können auch oft geteilte Videos, GIFs oder performative Darbietungen der Kategorie Internet-Meme zugeordnet werden.¹³⁶ Bülow et. al. beschreiben Internet-Memes daher auch als „Sammelbezeichnung für ganz verschiedene Phänomene, die sich auf Twitter [...] und anderen Plattformen verbreiten“.¹³⁷ Die Mehrzahl der Memes online sind von visueller oder multimodaler Natur. Sie verwenden häufig sorgfältig ausgewählte Fotos, Zeichnungen oder Screenshots von Filmen, Serien oder den Nachrichten als ihr Template, das sie dann mit Text

¹³¹ Vgl. Shifman, 2019, S. 45.

¹³² Ibid.

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Shifman, 2014, S. 41.

¹³⁵ Vgl. Shifman, 2019, S. 43.; Vgl. auch: Milner, „Media Lingua Franca“, 2013, S. 2.

¹³⁶ Vgl. Milner, Ryan M., „Hacking the Social. Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of Lulz“, *The Fibreculture Journal* 156/22, 2013, <https://twentytwo.fibreculturejournal.org/> [20.10.2020], S. 65.

¹³⁷ Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 5.

verbinden. Dies hat in den meisten Fällen das Ziel, eine humorvolle Reaktion hervorzubringen.¹³⁸ Das Meme-Genre, an das bei dieser Beschreibung wohl die meisten Menschen denken ist das sogenannte „Image-Macro“¹³⁹, auf das folgend genauer eingegangen wird.

Image-Macro

Ein Image-Macro-Meme setzt sich zusammen aus einem Bild – dabei spielt es keine Rolle, ob dieses Bild ein Foto, ein Screenshot oder eine Zeichnung ist – mit darübergelegtem Text, der, in Zusammenhang mit dem Bild, wie bereits erwähnt, meist auf humorvollen Effekt abzielt.¹⁴⁰ Nach Bülow et. al. ist das Image-Macro demnach der Kategorie „Bild-Sprache-Text“ zuzuordnen.¹⁴¹ Das Image-Macro ist eine der ältesten, einfachsten und am weitverbreitetsten Meme-Kategorien. Die weite Verbreitung und Beliebtheit sei vor allem deren Einfachheit geschuldet, wie Tay beschreibt: „Their format is simple and they can ,communicate meanings and ideas easily and quickly, all within just a single frame“¹⁴² Diese Art von Meme benötigt demnach vergleichsweise wenig Bearbeitungs-Fähigkeiten, beziehungsweise technische Expertise, um sie zu erzeugen. Des Weiteren stehen, wie bereits erwähnt, eigens bereitgestellte Meme-Generator-Seiten zur Verfügung, die die Erstellung neuer Meme-Variationen noch einfacher machen.¹⁴³

Ein typisches Image-Macro-Meme besteht aus drei Elementen: Einem Hintergrund-Bild, Text am oberen Rand des Bildes, dem sogenannten „top-text (TT)“, der oft formelhaft und leicht (wieder-) erkennbar ist, und einem Text am unteren Rand des Bildes, dem „bottom text (BT)“, der oft die Pointe liefert.¹⁴⁴ Einige Image-Macros fügen dabei denselben Text zu unterschiedlichen Bildern hinzu, andere variieren in ihrer Version den Text, während das Hintergrundbild gleichbleibt.¹⁴⁵

Stock-Character-Macro

Eine beliebte Variation des Image-Macros ist das sogenannte Stock-Character-Macro-Meme. Hierbei wird ein Bild von einem „stock-character“, das heißt einem bestimmten Figuren- oder Personen-Typus, mit spezifischer, meist stereotyp assoziierter Persönlichkeit verwendet. Dieses

¹³⁸ Vgl. Katz/Shifman, 2017, S. 828.

¹³⁹ Vgl. Milner, „Hacking the Social“, 2013, S. 65.

¹⁴⁰ Vgl. Chandler, 2013, S. 1.

¹⁴¹ Vgl. Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 2.

¹⁴² Tay, G., „Embracing LOLitics. Popular Culture, Online Political Humor, and Play“, Diss., University of Canterbury, 2012, S. 11, zit.n. Plevriti, 2014, S. 7.

¹⁴³ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 566.

¹⁴⁴ Vgl. Ibid., S. 573.

¹⁴⁵ Vgl. Davison, 2012, S. 127.

Bild wird schließlich verbunden mit dem üblichen TT-BT-Format, bei dem der Text oben am Bild als Set-Up des Witzes dienen soll und der Text unten im Bild als Punch-Line.¹⁴⁶ Diese Art von Meme setzt dabei, wie bereits erwähnt, besonders auf stereotype Verhaltensweisen, die bestimmten Personengruppen zugeordnet werden und ist demnach oft nicht unproblematisch.¹⁴⁷

Stacked Memes

Schließlich erlauben es einem sogenannte „stacked memes“¹⁴⁸, je nach Anzahl der Bilder auch als „4-panes“¹⁴⁹ bezeichnet, mehr Raum für Kontext in der Konstruktion und Vermittlung eines Arguments oder einer humorvollen Aussage.¹⁵⁰ Den narrativen Aspekt dieses Meme-Genres beschreibt auch Plevriti in seiner Auseinandersetzung mit diesem Meme-Typus passend: „These memes include a selection of photos, arranged in a way reminiscent of storyboards, so as to emphasize the sequence of events. This allows participants to construct narrative sequences, instead of particular moments.“¹⁵¹ Während demnach im Image-Macro-Format ein einziges Bild, zusammen mit dem hinzugefügten Text, aussagekräftig genug sein muss, die Botschaft zu vermitteln, erlaubt es einem das Stacked-Meme-Format mehrere Bilder einzusetzen, die als Ganzes, mit dem jeweilig hinzugefügten Text, zusammenwirken.

Abschließend können nun, nach Knobel und Lankshear, sowie Taylor-Smith, Smith und Smyth folgende Aspekte, als typische und zentrale Charakteristika von Internet-Memes angeführt werden:

- „[S]preadability“ – Memes werden von verschiedensten Benutzer*innen geteilt,
- Memes werden verwendet um Benutzer*innen als „ingroup or outgroup“ zu identifizieren,
- Memes werden dazu verwendet bestimmte individuelle und/oder Gemeinschafts-Werte zu vermitteln und zu teilen,¹⁵²
- In ihrer Ästhetik sind Memes „recognisably part of a collection of media“¹⁵³,
- Ihr Format ist eine Kombination von Bild und Text,¹⁵⁴

¹⁴⁶ Vgl. Carter, 2016, S. 14.

¹⁴⁷ Vgl. Shifman, 2014, S. 112.

¹⁴⁸ Soegito, 2019, S. 285.

¹⁴⁹ Plevriti, 2014, S. 30.

¹⁵⁰ Vgl. Soegito, 2019, S. 285.

¹⁵¹ Plevriti, 2014, S. 30.

¹⁵² Vgl. Taylor-Smith, Ella /Colin F., Smith/Michael, Smyth, „Democratic Participation Through Crocheted Memes“, *ACM International Conference Proceeding Series*, 2018, S. 180.

¹⁵³ Ibid.

¹⁵⁴ Vgl. Ibid.

- Ein gewisser Grad an Humor ist vorhanden, „ranging from the quirky and offbeat, to potty humor, to the bizarrely funny, to parodies, through to the acerbically ironic [...]“¹⁵⁵,
- Memes sind reich an Intertextualität,¹⁵⁶
- Memes weisen häufig ungewöhnliche Gegenüberstellungen, meist in Form von Bildern auf¹⁵⁷: „The kinds of juxtapositions found in these memes includes incongruous couplings of images [...] deliberately provocative [...] and the simply quirky[...]“¹⁵⁸

Einige dieser Punkte nehmen dabei bereits Aspekte voraus, die im Laufe dieser Arbeit noch genauer behandelt werden. Ob Image-Macro, Stacked-Meme oder ein ikonischer Spruch, Memes sind aus dem heutigen digitalen Raum nicht mehr wegzudenken. Immer mehr Typen und Subtypen bestimmter Memes und Meme-Muster entstehen und verändern sich stetig weiter. Unter dem Schirm der Internet-Memes befindet sich, neben dem klassischen visuell statischen Meme, ein weiteres beliebtes Artefakt, dass unter dem Begriff „GIF“ bekannt ist. Auf dieses Medium wird im Folgenden genauer eingegangen.

4. GIF

Wie auch Internet-Memes, stellen GIFs in der digitalen Netzwerk-Kultur ein beliebtes mediales Kommunikations-Tool dar.¹⁵⁹ Sie sind heutzutage allgegenwärtig im virtuellen kommunikativen Umfeld, wie SMS, E-Mail, Social-Media- und Social-Networking-Seiten, Dating-Apps oder auch am Arbeitsplatz via betrieblicher Software-Programme.¹⁶⁰ Da oft-geteilte GIFs auch unter die Kategorie „visual meme“¹⁶¹, beziehungsweise „image meme“¹⁶² fallen, demnach eine Vielzahl an Charakteristika mit dem Internet-Meme teilen, lassen sich einige, bereits in vorherigem Kapitel angeführte, Aspekte auch auf das GIF beziehen und werden folgend nicht noch einmal wiederholt.

Das GIF, kurz für „Graphics Interchange Format“¹⁶³, wurde 1987 von Compuserve Ingenieur Steve Wilhite entwickelt und beschreibt ein Bild-Datei-Format.¹⁶⁴ Was dieses von anderen Bild-Formaten, wie JPEG oder PNG, sowie einem klassischen Image-Macro-Meme

¹⁵⁵ Knobel/Lankshear, 2007, S. 209.

¹⁵⁶ Vgl. Ibid.

¹⁵⁷ Vgl. Ibid.

¹⁵⁸ Ibid., S. 215.

¹⁵⁹ Vgl. Miltner/Highfield, „Never Gonna GIF You Up“, 2017, S.2.

¹⁶⁰ Vgl. Ibid., S. 4.

¹⁶¹ Bakhshi, Saeideh /David A., Shamma/Lyndon, Kennedy/Yale, Song/Paloma, de Juan/Joseph, Kaye, „Fast, Cheap, and Good. Why Animated GIFs Engage Us“, *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, San Jose, CA, 2016, S.575.

¹⁶² Milner, „Hacking the Social“, 2013, S. 65.

¹⁶³ Miltner/Highfield, 2017, S. 2.

¹⁶⁴ Vgl. Ibid., S. 3.

unterscheidet, ist die zusätzliche Unterstützung der Schleifung, dem sogenannten *Looping* von Sequenzen, wie Miltner und Highfield beschreiben: „The GIF can display frames on repeat within the same image file without being the size (or resolution) of a video.“¹⁶⁵ Im Gegensatz zu anderen Bild-Formaten wurde das GIF als „open format“ veröffentlicht.¹⁶⁶ Ein *open format* bezeichnet, McGrath zu Folge, ein „file format that is platform-independent and made available to the public without any restriction that impedes the reuse of documents [...]“.¹⁶⁷ Es ist das Gegenteil eines sogenannten „proprietary file format“¹⁶⁸, welches nur von einer spezifischen Software-Firma oder Applikation verwendet werden kann.¹⁶⁹ Die Tatsache, dass das GIF als *open format* bereitgestellt wurde, hat die Verbreitung und Verfügbarkeit des Formates drastisch beschleunigt und erleichtert.¹⁷⁰

Eine gewisse zitierende Funktion unterscheidet das GIF zudem von anderen Text-basierten paralinguistischen Funktionalitäten, wie jenen des Emoticons. Letztere sind für die Herstellung ihrer Bedeutung auf die vorliegende Nachricht angewiesen, deren Funktion ist daher eher symbolisch als demonstrativ oder darstellend.¹⁷¹ GIFs sind typischerweise tonlos, spielen in Schleife und sind charakterisiert durch eine kurze Zeitspanne, meist einige Sekunden. Die Sequenzen, die im GIF in Schleife gespielt werden, stammen meist aus Filmen oder Serien, können aber auch auf andere Quellen als Ursprungsmaterial zurückgreifen.¹⁷² Aneignung und Transformation von bestehendem Material ist demnach auch im Falle von GIFs ein zentraler Faktor. Der Original-Kontext des verwendeten Materials schafft auch hierbei eine zusätzliche Ebene konnotativen Wertes. Zusätzlich zu der Bedeutung des Ausgangsmaterials, bauen GIFs, wie auch Internet-Memes, stark auf soziale Konnotationen, besonders wenn diese auf Internet-Seiten mit eigener, einzigartiger Kultur, wie spezifischen Fandoms oder Fandom-Seiten, verwendet werden.¹⁷³ GIFs teilen demnach zwar einige kommunikative Gebrauchseigenschaften mit anderen visuellen Medien, wie beispielsweise die Intertextualität von Memes oder die affektive Repräsentation von Emojis und Emoticons, wie diese Eigenschaften jedoch realisiert oder angewandt werden unterscheidet sich wesentlich im

¹⁶⁵ Miltner/Highfield, 2017, S. 2.

¹⁶⁶ Vgl. Eppink, Jason, „A Brief History of the GIF (So Far)“, *Journal of Visual Culture* 13/3, 2014, S. 301.

¹⁶⁷ McGrath, Michael, „European Union (Open Data and Re-Use of Public Sector Information) Regulations 2021“, 376, 2021, https://opac.oireachtas.ie/Data/Library3/Documents%20Laid/2021/pdf/DPERdocs/20210721_210721_195429.pdf [20.03.2021], S. 3.

¹⁶⁸ o.N., „Open Format“, *TechTerms*, 2020, https://techterms.com/definition/open_format [10.05.2021].

¹⁶⁹ Vgl. Ibid.

¹⁷⁰ Vgl. Eppink, „A Brief History of the GIF“, 2014, S. 301.

¹⁷¹ Vgl. Tolins, Jackson/Patrawat, Samermit, „GIFs as Embodied Enactments in Text-Mediated Conversation“, *Research on Language and Social Interaction* 49/2, 2016, S. 88.

¹⁷² Vgl. Ibid., S. 76.

¹⁷³ Vgl. Ibid., S. 88.

Vergleich zu anderen Bildmedien. Der Unterschied ist sowohl auf technische Aspekte des Datei-Formates, als auch auf kulturelle Praktiken, die sich um das GIF und dessen Verwendung entwickelt haben, zurückzuführen.¹⁷⁴

Hierbei sind es vor allem die Bewegung und Spezifität der Bewegung des GIFs, das heißt die sich ständig wiederholende Schleifung des verwendeten Bildmaterials, sowie das Fehlen von Ton, die das GIF und dessen Verwendung so besonders machen und sich auf die Rezeption auswirken. Diese zentralen Aspekte werden daher im weiteren Verlauf der Arbeit noch genauer ausgeführt.

Es liegt in der Natur des GIFs geteilt und verbreitet zu werden, es floriert daher in einem digitalen Ökosystem, „built around sharing, retweeting, and following”.¹⁷⁵ Wie auch Memes sind GIFs von intertextueller und multimodaler Natur und werden im Zyklus des Internet-Ökosystems ständig neu erschaffen, imitiert und modifiziert, wie Eppink beschreibt: „They are not simply viewed; they are created, used, posted, collected, copied, modified, performed.”¹⁷⁶ Brown beschreibt dies auch als „techno-social-formation“, als „read-write interaction“, bei der die Benutzer*innen das Artefakt nicht nur konsumieren, sondern auch stets erneut den Kontext, und damit die Art und Weise wie es gelesen wird, das heißt die Rezeption, verändern, da sie ihre eigene Leseart und Interpretation in die Struktur miteinfügen.¹⁷⁷ Die Bedeutung eines GIFs verändert sich demnach drastisch je nach Benutzer*in und Kontext der Benutzung.¹⁷⁸

Das GIF ist, dem *open format*-Konzept folgend, ein Gemeinschafts-orientiertes Format, im Gegensatz zu den top-down Entwicklungen von Emoji oder Bitmoji. Benutzer*innen ist es möglich ihre eigenen Dateien zu erstellen und zu verbreiten. Die Bedeutung eines GIFs wird jedoch, Miltner und Highfield zu Folge, stets im Kontext der Gemeinschaft kreiert.¹⁷⁹ Auch GIFs sind daher in soziale, kollektive Dynamiken der Partizipation, der Transformation und des Teilens eingebunden. Auch sie werden stets neu aufgegriffen, modifiziert, kommentiert und wieder weiter geteilt. Sie bringen dabei stets neue Interpretationen, Leseweisen und Bedeutungen hervor. Die Fähigkeit des GIFs besonders Affektives zu vermitteln, führte schließlich zu der Entwicklung einer Praktik, die das GIF als vorrangig emotionales

¹⁷⁴ Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

¹⁷⁵ Uhlin, Graig, „Playing in the Gif(t) Economy“, *Games and Culture* 9/6, 2014, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412014549805> [26.11.2020], S. 525.

¹⁷⁶ Eppink, 2014, S. 298.

¹⁷⁷ Vgl. Brown, Katherine, „Everyday I’m Tumblin’. Performing Online Identity Through Reaction GIFs“, Diss., Chicago: The School of the Art Institute of Chicago, 2012, S. 8.

¹⁷⁸ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 5.

¹⁷⁹ Vgl. Ibid., S. 4.

Ausdrucks Mittel, beziehungsweise als Ausdruck einer bestimmten Reaktion auf etwas ansieht, wie Miltner und Highfield beschreiben:

„The cultural practices around reaction GIFs have contributed to the development of rhetorical styles using GIFS, allowing the user to provide a visual representation of how they are feeling, or how they act in a particular situation – expressions which are perhaps less well suited to text.“¹⁸⁰

Diese Einsatzweise führte schließlich zu der Benennung solcher Artefakte als „Reaction-GIF[s]“.¹⁸¹ Diese GIFs fokussieren sich spezifisch auf eine emotionale und affektive Vermittlung und werden in Kapitel sechs, hinsichtlich der Funktion von Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt, noch genauer dargestellt.

Ein zentraler Aspekt in der affektiven Wirkung von GIFs ist die, bereits kurz erwähnte, Bewegung und Spezifität der Bewegung – dem *Looping*, auf das im Folgenden genauer eingegangen wird.

Looping

Carl Goodman, Direktor des „Museum of Moving Image“ in New York, beschreibt das GIF als zwischen stillem und bewegtem Bild positioniert, und sieht gerade diese Positionierung als besonders fruchtbar, wie Huber beschreibt: „The gif is a kind of phenomenological hybrid of photography and film. A gif is not truly still like a photograph, but its temporal scope is so incredibly limited that there isn’t a continuous flow to the gif as there is in a piece of film.“¹⁸²

Nach Hermann und Vervaeck beschreibt Voigts Narration als „the semiotic representation of a series of events meaningfully connected“.¹⁸³ Die sequenziellen Bilder des GIFs bieten, diesem Verständnis von Narration folgend, ein größeres Potential für Narrativität als das einzelne repräsentative Bild eines Memes. Das GIF ist jedoch trotz alledem durch das Fehlen von Ton und die kurze Dauer hierin beschränkt.¹⁸⁴ Nach Miltner und Highfield sind es jedoch gerade diese scheinbaren technischen Mankos des Formates, wie das eben genannte Fehlen von Ton oder bestimmte Wiedergabe Optionen, die besonders entscheidend für die Kreativität der Benutzer*innen von GIFs, sowie die Vielseitigkeit der Dateien sind.¹⁸⁵

Zunächst habe hier der Aspekt der ständigen Wiederholung einer kurzen Sequenz wesentliche Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Zuschauenden. Repetition tritt daher als zentrale

¹⁸⁰ Miltner/Highfield, 2017, S. 5

¹⁸¹ Hautsch, 2018, Absatz [4].

¹⁸² Huber, „Remix Culture & the Reaction GIF“, 2015.

¹⁸³ Herman, L./Vervaeck, B., *Handbook of Narrative Analysis*, Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 2005, S. 13, zit.n. Voigts, „Memes, GIFs, and Remix Culture“, 2018, S. 397.

¹⁸⁴ Vgl. Voigts, 2018, S. 397.

¹⁸⁵ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

Eigenschaft dieses Artefaktes hervor.¹⁸⁶ Während der Loop eine technische Gebrauchseigenschaft des Datei-Formates ist, hat Repetition, als rhetorische oder kommunikative Eigenschaft, starken Einfluss auf die Bedeutung und Interpretation des Artefaktes.¹⁸⁷ Das wiederholte Ansehen einer Sequenz bietet, Meyer zu Folge, den Zuschauer*innen dabei mehrere Möglichkeiten: Das erste Ansehen etabliert die Szene als Ganzes, zusammen mit den Geschehnissen, die sich abspielen. Das zweite Ansehen unterstreicht sowohl all jenes, das man bereits gesehen hat, bietet jedoch zusätzlich eine gewisse Gratifikation des wiederholten Ansehens. Dies sei durch die Freude gegeben, eine neue Perspektive zu erfahren, auch wenn die Basics der humorvollen Nachricht bereits bekannt sind.¹⁸⁸ Des Weiteren bietet wiederholtes Ansehen auch die Option, sich auf Details im Hintergrund oder andere Elemente der Szene zu konzentrieren, wodurch oft Neues entdeckt werden kann, wie beispielsweise verschiedene Referenzen oder Bedeutungsebenen. Miltner und Highfield zu Folge führt der Loop hier auch zu einer Verstärkung der Szene: „[W]hat is funny, emotive, silly, or weird after one viewing can become more intensely so with repetition.“¹⁸⁹ Die Wiederholung verstärke dabei auch die Polysemie eines GIFs, „simultaneously complicating and expanding the possibilities for meaning-making.“¹⁹⁰ Eine kurze Sequenz einer bestimmten Geste wird von Zusehenden auf eine bestimmte Weise interpretiert; wird diese Sequenz nun wieder und wieder wiederholt, kann dies gänzlich andere Wahrnehmungen und Interpretationen erzeugen und hervorbringen. Die Leseweisen können dabei immer mehr auseinander gehen.

Dekontextualisierung und Atemporalität

Die jeweilige Bedeutung und Interpretation eines GIFs wird zudem erweitert durch den dekontextualisierten Einsatz. Eine Sequenz, beziehungsweise einen Clip aus seiner Haupt-Narration herauszunehmen und sie in neuen, unzusammenhängenden Kontexten zu verwenden, demonstriere, Miltner und Highfield zu Folge, die zentrale Rolle der Dekontextualisierung im Falle von GIFs.¹⁹¹ Hautsch beschreibt hierzu: „This ability to reuse and recontextualize opens up the rhetorical possibilities of GIFs as they are distanced from their source material and take on divergent meanings.“¹⁹² Die Dekontextualisierung hat dabei den Effekt eine neue partielle

¹⁸⁶ Vgl. Brown, „Everyday I’m Tumblin’“, 2012, S. 83.

¹⁸⁷ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

¹⁸⁸ Vgl. Meyer, John C., „Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication“, *Communication Theory* 10/3, 2000, S. 313.

¹⁸⁹ Miltner/Highfield, 2017, S. 6.

¹⁹⁰ Ibid.

¹⁹¹ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 5.

¹⁹² Hautsch, 2018, Absatz [2.2].

Narration innerhalb des GIF zu erschaffen, die nur durch den Loop vervollständigt wird.¹⁹³ Eckart Voigts beschreibt dies in seinen Ausführungen zu Memes und GIFs auch als „micronarrative within a single image file“.¹⁹⁴ Das GIF nimmt somit narrative Momente aus der Zeit und aus deren Platz in einer Narration. Sie werden stattdessen wieder und wieder wiederholt, in Schleife abgespielt, was, wie bereits erläutert, die Bedeutung der Momente verändern oder Momente sichtbar machen kann, die bis dahin verborgen waren.¹⁹⁵ Hagman bezeichnet das GIF aus diesem Grund auch als „pure becoming and process [...] Through its decontextualized status as pure medium, it is free to enter into many different contexts.“¹⁹⁶ Diese Herauslösung von jeglicher festgesetzter Bedeutung ist es demnach, wie beim Internet-Meme auch, die es dem Format erlaubt, auf solch unterschiedliche und vielseitige Weise eingesetzt zu werden. Das semantische Material wird, je nach Vorhaben und Ziel der Benutzer*innen, umgeformt und mit neuen Bedeutungen versehen.

Mit der Entfernung des Original-Kontextes und dem Hinzufügen der fortwährenden Wiederholung einer einzigen Aktion oder Bewegung, werden GIFs, nach Brown, zudem zeitlos („atemporal“¹⁹⁷) und die narrative Entwicklung ist ständig im Wandel.¹⁹⁸ Die Bedeutung der wiederholten Sequenz ist von der Bedeutung des Gesamten ausgelagert und eine temporale Narration kann nicht erreicht werden. Die Zuseher*innen sind wie gefangen und magnetisiert von der Repetition selbst und nicht von der Vorstellung, dass etwas Sinn macht, beziehungsweise dass eine sinnhafte Narration erreicht wird.¹⁹⁹ Der Zweck des GIFs ist es folglich, nach Hagman, nicht, ein Geschehnis in seiner Ganzheit zu zeigen, bei dem Anfang und Ende klar markiert sind.²⁰⁰ Die Repetition ist es dabei, die anzeigt, dass die Betrachter*innen nicht durch eine narrativ strukturierte Zeit geleitet werden: „The viewer is rather caught up in the GIF’s temporal suspension: to view is to be captivated.“²⁰¹ GIFs wiederholen sich endlos oder zumindest bis das Gerät der Benutzer*innen keinen Akku mehr hat, oder er*sie die Anwendung beendet. Diese endlose, repetitive Eigenschaft des GIFs kann,

¹⁹³ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 5.

¹⁹⁴ Voigts, 2018, S. 393.

¹⁹⁵ Vgl. Rebecca Williams, „Tumblr’s GIF Culture and the Infinite Image. Lone Fandom, Ruptures, and Working Through on a Microblogging Platform“, *Transformative Works and Cultures* 27, 2018, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1153> [20.10.2020].

¹⁹⁶ Hagman, Hampus, „The Digital Gesture. Rediscovering Cinematic Movement through Gifs“, *Refractory. A Journal of Entertainment Media*, 2012, <http://refractory.unimelb.edu.au/2012/12/29/hagman/> [22.10.2020].

¹⁹⁷ Brown, 2012, S. 8

¹⁹⁸ Vgl. Ibid.

¹⁹⁹ Vgl. Grădinaru, Camelia, „The Painting that Moves. The Internet Aesthetics and the Reception of GIFs“, *Hermeneia* 16, 2016, <http://search.proquest.com/publiccontent/docview/1833036240/citation/B69A9C2C706A4BBBPQ/1> [26.11.2020], S. 84.

²⁰⁰ Vgl. Hagman, „The Digital Gesture“, 2012.

²⁰¹ Uhlin, „Playing in the Gif(t) Economy“, 2014, S. 518.

Voigts zu Folge, einen hypnotischen Effekt hervorbringen, wenn der*die Betrachter*in sich über einen längeren Zeitraum damit beschäftigt.²⁰² Diesen zeitlosen, endlosen Aspekt von GIFs beschreibt Brown weiters wie folgt: „The emotive performance is fleetingly infinite, only ending when the user moves on to the next post, yet in a contradictable way, ostensibly existing forever online in an endlessly repeating moment.”²⁰³

In vielen ihrer Einsatzweisen strahlen GIFs durch die besondere Bewegung des Bildes das aus, was Laura Mulvey 1975, in Zusammenhang mit dem weiblichen Körper im klassischen narrativen Kino, als „to-be-looked-at-ness“ beschrieben hat.²⁰⁴ Dies ist, unter anderem, aufgrund der Tatsache gegeben, dass GIFs, als Loops, immer „in medias res“²⁰⁵ starten, sodass ein gewisses Verlangen danach, zu verstehen worum es geht, uns weiterschauen lässt. GIFs sind zwar kurze Sequenzen, jedoch benötigt es meist mehrere Betrachtungen, um die Thematik und die tatsächliche Bedeutung des GIFs zu verstehen.²⁰⁶ Der Aspekt eines sich schnell wiederholenden Bildes, zieht die Aufmerksamkeit der User*innen auf sich, und hält diese, da erkannt werden will, worum es in dem GIF geht.

Es gibt keinen Ton und die hypnotische Beschäftigung des*r Betrachter*in mit dem Format ist, wie bereits erwähnt, durch die ständige Wiederholung verstärkt, „creating an immersive, numbing effect.“²⁰⁷

Der Loop und die damit verbundene potenziell endlose Repetition des Inhaltes haben demnach auf mehrere Aspekte der Rezeption und Interpretation eines GIFs Auswirkungen, was es zu einem zentralen, essenziellen Charakteristikum des GIFs macht.

Selektion und Rahmung

Die bewusste Auswahl ganz bestimmter Momente für das GIF sei, Hickey zu Folge, ein weiteres definierendes Charakteristikum, beziehungsweise ein weiterer zentraler Aspekt der GIF-Produktion: „„Amongst all the surrounding instants [...] [w]e want to loop this instant.””²⁰⁸ Dieser Entscheidung für spezifische Momente, aufgrund deren deutlicher und visuell erkennbarer Bewegungen, unterliege eine bestimmte Ästhetik.²⁰⁹ Hierin liege auch die

²⁰² Vgl. Voigts, 2018, S. 396.

²⁰³ Brown, 2012, S. 8.

²⁰⁴ Vgl. McCarthy, Anna, „Visual Pleasure and GIFs“, in: Pepita, Hesselberth/Maria, Poulaki (Hg.): *Compact Cinematics. The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media*, 2017, S. 116.

²⁰⁵ Ibid.

²⁰⁶ Vgl. McCarthy, „Visual Pleasure and GIFs“, 2017, S. 116.

²⁰⁷ McKay, Sally, „The Affect of Animated GIFs (Tom Moody, Petra Cortright, Lorna Mills)“, *Art F City*, 2018, <http://artfcity.com/2018/07/16/the-affect-of-animated-gifs-tom-moody-petra-cortright-lorna-mills/> [10.09.2021].

²⁰⁸ Rugnetta, M., „The GIF’s Visual Language in Music Videos“, *PBS Ideas Channel*, 2014, zit.n. Hickey, Philip, „Gestures and GIFs. Examining the Relationship Between Multimodal GIF/Text Utterances and Speech/Gesture Utterance Systems“, Diss., Dublin: University of Dublin, 2015, /paper/Gestures-and-GIFs-%3A-Examining-the-relationship-GIF-Hickey/d9da3bfc1678a5d411c7721de0ca50b6e320f703 [26.11.2020], S. 15.

²⁰⁹ Vgl. Hickey, „Gestures and GIFs“, 2015, S. 15.

Herausforderung der GIF-Erstellung: Genau jene Sequenzen und Momente aus dem Ganzen des Originals zu finden, die kompatibel mit der Looping-Struktur und visuell, sowie affektiv aussagekräftig sind.

Dieser Aspekt der bewussten und sorgfältigen Auswahl bestimmter Momente wird in Kapitel sechs, zur Funktion von Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom, weiter aufgegriffen und ist demnach, vor allem in dieser Hinsicht, von zentraler Bedeutung.

GIF-Sets

Typischerweise beinhaltet ein GIF ein einziges gelooptes Bild, beziehungsweise Sequenz. Fans kreieren jedoch häufig auch komplexere GIFs, bei denen, ähnlich wie beim Stacked-Meme-Prinzip, mehrere einzelne GIF-Sequenzen zusammengesetzt werden. Dies sind sogenannte *GIF-Sets*, die Louisa Stein beschreibt als „sets of images, sometimes animated, sometimes not, arranged in a grid of sorts to communicate as a whole”.²¹⁰ Stein zu Folge seien diese GIF-Sets, rhetorisch gesehen, ähnlich wie ein Fan-Video zu betrachten, denn auch hier werden bestimmte Momente des Quell-Materials ausgewählt, einige davon höchst wiedererkennbar, einige davon nicht, und untereinander rekontextualisiert. Dabei können neue visuelle und thematische Muster etabliert oder offenbart werden,²¹¹ wie auch Hautsch beschreibt: „GIF sets, then, like fan vids, present interpretations of and arguments about the source text through the selection and recontextualization of images.”²¹² Wie beim Stacked Meme-Prinzip arbeiten und fungieren die zusammengefügte GIFs als Ganzes und erlauben dem*r User*in mehr Raum in der Konstruktion ihrer Aussage.

In dieser Arbeit wird, dem Verständnis von Miltner und Highfield folgend, das GIF als kulturelles Artefakt und Verfahren untersucht. Dies ist zu unterscheiden von einem Fokus auf das „gif“-Datei Format – eine kleine Unterscheidung, jedoch eine, die wichtig sei, in Anbetracht darauf, dass auf verschiedenen Social-Media-Plattformen und Apps nicht alle GIFs auch als „gif“-Datei Format aufscheinen.²¹³

²¹⁰ Stein, Louisa, „The Limits of Infinite Scroll. Gifsets and Fanmixes as Evolving Fan Traditions“, *Flow. A Critical Forum on Media and Culture*, 2016, <http://www.flowjournal.org/2016/01/the-limits-of-infinite-scroll-gifsets-and-fanmixes-as-evolving-fan-traditions/> [24.05.2022].

²¹¹ Vgl. Ibid.

²¹² Hautsch, 2018, Absatz [2.5].

²¹³ Miltner/Highfield, 2017, S. 2.

5. Das Bild

„Etwas hervorzubringen heißt nicht unbedingt: Ich spreche, außer in bewußt [sic!] gedanklichen Systemen wie dem der Literatur“²¹⁴

Seit jeher wurden Bilder für spezifische individuelle oder kollektive Nutzen erstellt, wie beispielsweise für Propaganda, Religion, Ideologien, etc. Die Produktion von visuellen Medien kann daher nie als gänzlich beliebig oder grundlos betrachtet werden.²¹⁵ Neben verbalen oder schriftlichen Ausführungen können demnach auch bildliche Darstellungen eine enorme Aussagekraft haben. Dabei ist das Bild nicht einfach nur eine Abbildung eines Objektes oder eine Illustration eines Konzeptes, wie Murray beschreibt: „[B]ecause image is a powerful basis to symbolization and cognition, with all the power and ambiguity that implies, image carries much more than just the representation of an object or action.“²¹⁶ Auch Blair hebt in diesem Sinne die evokative Macht des Bildes hervor und betont dabei besonders jene Fähigkeit des Bildes, eine Vielzahl an Information in kurzer Zeit zu übermitteln: „We have no trouble processing that much visual information, whereas it would be impossible to express 30 different propositions verbally in 30 seconds [...] Visual images can thus be used to convey a narrative in a short time.“²¹⁷ Die bildliche Darstellung habe in diesem Sinne auch den Vorteil universaler (einfacher, schneller) verstanden zu werden als eine verbale Nachricht.²¹⁸ Vor allem heutzutage mit der Hilfe moderner Technologien haben visuelle Inhalte das Potential linguistische und nationale Grenzen zu überschreiten.²¹⁹

5.1 Bild-Interpretation – Visuelle (Bild-)Rhetorik

Interpretation, sei, nach Huntington, als zentraler Aspekt in der Kommunikation zu verstehen. Jeder Mensch interpretiert bestimmte Nachrichten, basierend auf der Quelle der Nachricht und dem individuellen Kontext, durch Kategorisierungen und Zuschreibungen.²²⁰ Der*die Empfänger*in der Nachricht erfasst dabei nicht immer dieselbe Bedeutung, die der*die

²¹⁴ Barthes, Roland, „Rhetorik des Bildes (1964)“, in: Bernd, Stiegler (Hg.): *Texte zur Theorie der Fotografie*,⁵, Ditzingen: Reclam, 2010, S. 82.

²¹⁵ Vgl. Aumont, Jacques /Claire, Pajackowska, *The Image*, London: British Film Inst., 1997, S. 53.

²¹⁶ Murray, Joddy, *Non-Discursive Rhetoric. Image and Affect in Multimodal Composition*, Ithaca: State University of New York Press, 2009, S. 75.

²¹⁷ Blair, Anthony J., „The Rhetoric of Visual Arguments“, in: Charles A., Hill/Marguerite, Helmers (Hg.): *Defining Visual Rhetorics*, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2004, S. 51.

²¹⁸ Vgl. Sarapik, Virve, „Picture, Text, and Imagetext. Textual Polylogy“, *Semiotica* 174–1/ 4, 2009, S. 278; Vgl. auch: Hall, Stuart, „Encoding and Decoding in the Television Discourse“, in: David, Morley/Stuart Hall (Hg.): *Essential Essays, Volume 1. Foundations of Cultural Studies*, Durham/London: Duke University Press 2018, <http://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9781478002413-014/html> [20.09.2021], S. 286.

²¹⁹ Vgl. Plevriti, 2014, S. 28.

²²⁰ Vgl. Huntington, „The Affect and Effect of Internet Memes. Assessing Perceptions and Influence of Online User-Generated Political Discourse as Media“, Diss., Fort Collins, Colorado: Colorado State University, 2017, S. 38.

Erzeuger*in oder „encoder-producer“²²¹ der Nachricht beabsichtigt hatte.²²² Viele, oft widersprüchliche, Determinanten spielen eine Rolle in der Beziehung eines Subjekts zu einem Bild: Über die reine Fähigkeit der Wahrnehmung hinaus, bringt jedes Individuum bestimmtes Wissen und Ansichten oder Meinungen mit, die wesentlich in einem spezifischen historischen Moment, in einer sozialen Klasse, einem bestimmten Zeitalter oder einer Kultur verankert sind.²²³ In der Erfahrung eines Bildes nehmen Betrachter*innen demnach oft etwas voraus, beziehungsweise erwarten etwas Bestimmtes, da eigene Ideen und Ansichten die jeweilige Wahrnehmung dabei überlagern.²²⁴ Sehen, so folgern Filmwissenschaftler*innen Jacques Aumont und Claire Pajackowska, ist demnach eine Sache des Vergleichs unserer Erwartungen mit der erhaltenen Nachricht durch unser Wahrnehmungssystem.²²⁵

Im Verständnis und der Interpretation eines Bildes hebt Endreß auch situations- und subjektbezogene Faktoren hervor.²²⁶ Demnach entstehe das Bild immer in dem Zusammentreffen, der Begegnung zwischen den Betrachtenden und dem jeweiligen visuellen Artefakt. In dieser Interaktion ergebe sich eine „Sinnkonstellation, bei der Denk- und Erfahrungsbilder des Rezipienten mit dem materialisierten Bild, sowie den in dieses eingeschriebenen bildlichen und narrativen Kontexten, unter den jeweils spezifischen Bedingungen des ‚Einander-Gegenübertretens‘ reagieren“.²²⁷ Je nach Betrachter*in, dessen „bild- und sprachförmigen Vorwissen, und den in das Bild ‚eingeschriebenen‘ bildlichen und sprachförmigen Kontexten“²²⁸, sowie auch dem Kontext der Begegnung mit dem Bild, ergibt sich eine individuelle Interpretation und Auffassung dessen. Diese situations- und subjektbezogene Auffassung des Bildbegriffes beschreibt Fuhs passend, wenn er schreibt: „Das eigentliche Bild entsteht erst im Auge des Betrachters, ist mithin eine Konstruktion des Subjektes, freilich unter bestimmten sozialen und kulturellen Bedingungen“²²⁹.

Huntington beschreibt mehrere Gegebenheiten, die die Auffassung oder Interpretation der Bedeutung eines Bildes dabei beeinflussen können. Bestimmte Eigenschaften der Nachricht, wie die Art des Humors oder die Quelle der Nachricht können sowohl die Verarbeitung, als

²²¹ Hall, „Encoding and Decoding in the Television Discourse“, 2018, S. 261.

²²² Vgl. Huntington, „The Affect and Effect of Internet Memes“, 2017, S. 39.

²²³ Vgl. Endreß, Franziska, „Bildbegriff und Methodologie“, in: Franziska, Endreß (Hg.): *Bilder des Alterns und der Lebensalter im Bildraum Erwachsenenbildung. Eine vergleichende Analyse unter Berücksichtigung angrenzender Bildräume*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, S. 53.

²²⁴ Vgl. Endreß, „Bildbegriff und Methodologie“, 2019, S. 53.

²²⁵ Vgl. Aumont/Pajackowska, *The Image*, 1997, S. 60.

²²⁶ Vgl. Endreß, 2019, S. 56.

²²⁷ Ibid.

²²⁸ Ibid., S. 54.

²²⁹ Fuhs, Burkhard, „Narratives Bildverstehen. Plädoyer für die erzählende Dimension der Fotografie“, in: Winfried, Marotzki/Horst, Niesyto (Hg.): *Bildinterpretation und Bildverstehen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, S.218, zit.n. Endreß, 2019, S. 54.

auch den Prozess der Interpretation beeinflussen.²³⁰ Des Weiteren könne die Haltung oder der Standpunkt, den das Artefakt hinsichtlich eines bestimmten Themas einnimmt, zu selektiver Beurteilung und/oder selektiver Wahrnehmung über den Inhalt des Artefaktes oder dessen Bedeutung beitragen.²³¹ Als wesentlichen Faktor in der variierenden Interpretation von Bildern erwähnen sowohl Roland Barthes, als auch Aumont/Pajackowska in ihren Ausführungen jeweils ein gewisses vorhandenes Wissen, von Barthes auch „*idiolecte*“²³² genannt: „Like any social artefact, the image works by virtue of the spectator’s implicit knowledge.“²³³ Dabei kann dem Bild unterschiedlichstes Wissen zugrunde liegen, wie beispielsweise „praktisches, nationales, kulturelles [oder] ästhetisches Wissen“.²³⁴ Die Gesamtheit dieser verschiedenen Leseweisen beschreibt Barthes, wie oben angeführt, als „*idiolecte*“ eines*r jeden*r Betrachters*in, wie er weiter ausführt:

„Die Anzahl und Identität dieser Leseweisen bilden gewissermaßen die *idiolecte* eines jeden. In seiner Konnotation würde das Bild sich also aus einer Architektur von Zeichen zusammensetzen, die einer variierenden Tiefe von Leseweisen (bzw. von *idiolectes*) entnommen sind. [...] Die Veränderlichkeit der Betrachtungsweise kann somit nicht die ‚Sprache‘ des Bildes bedrohen, wenn man anerkennt, daß diese Sprache sich aus *idiolectes*, Leseweisen und Subcodes aufbaut.“²³⁵

Die Bedeutung eines Bildes setzt sich somit nicht nur aus der Gesamtheit der vermittelten Botschaften zusammen, sondern auch, und vor allem, aus der Gesamtheit der empfangenen und rezipierten Nachrichten und Bedeutungen.²³⁶ Dies ist wesentlich von und durch individuelles Vorwissen und Erfahrungen der Betrachtenden abhängig und bestimmt.

Memes und GIFs können durch ihren multimodalen, polysemischen, intertextuellen, dekontextualisierten und transformativen Charakter, wie bereits angeführt, eine Vielzahl an „bild- und sprachförmige[m] Vorwissen“²³⁷ beinhalten, sowie folglich in ähnlichen oder gänzlich verschiedenen und unabhängigen Kontexten verwendet werden. Die Interpretationen von bestimmten Memes und GIFs können daher in viele verschiedene Richtungen gehen. Dies ist auch hier, vor allem, von dem bestehenden Vorwissen abhängig, mit dem die Betrachtenden an die Meme-, GIF-Interpretation herangehen.

Huntington folgert daher, dass der Code, der benötigt wird, um diese Artefakte zu verstehen, ein mehrschichtiges Verständnis der Populärkultur über mehrere Genre hinweg zu sein

²³⁰ Vgl. Huntington, 2017, S. 39-40.

²³¹ Vgl. Ibid., S. 48.

²³² Barthes, „Rhetorik des Bildes (1964)“, 2010, S. 90.

²³³ Aumont/Pajackowska, 1997, S. 121.

²³⁴ Barthes, (1964) 2010, S. 90.

²³⁵ Ibid.

²³⁶ Vgl. Ibid.; Vgl. auch: Ed White, *How to Read Barthes’ Image-Music-Text*, London: Pluto Press, 2012, S. 35.

²³⁷ Endreß, 2019, S. 54.

scheint.²³⁸ Verschiedene Betrachter*innen können demnach dasselbe Meme oder GIF unterschiedlich dekodieren oder interpretieren, da jeder individuelle Erfahrungen, Erwartungen, Ansichten und Vorwissen mit sich bringt, wenn er*sie das Artefakt betrachtet.²³⁹ Da Bedeutung somit in jeder Begegnung zwischen Artefakt und Betrachter*in (neu) reproduziert wird, ist diese stets kontextabhängig und in gewisser Weise persönlich.²⁴⁰

Polysemie und Multimodalität

Bestimmte Schwankungen in der Interpretation von Memes und GIFs sind noch einmal verstärkt, da es sich hier, wie bereits erwähnt, um polysemische, multimodale Artefakte handelt. Polysemie ist ein linguistisches Konzept, das ein Wort oder einen Satz beschreibt, der oder das mehrere verschiedene Bedeutungen hervorrufen kann.²⁴¹ Die immanente Dualität des Konzeptes ergibt sich dabei aus dem Artefakt selbst, ist jedoch, für dessen Realisierung, von der Rezeption abhängig.²⁴² Demnach ist Polysemie einerseits eine textuelle Eigenschaft, in dem Sinne, dass der Text bestimmte Spannen an möglichen Interpretationen ermöglicht.²⁴³ Auf der anderen Seite, kann textuelle Polysemie nicht realisiert werden, bis ein*e Leser*in tatsächlich mit dem Text in Berührung kommt und diesen interpretiert.^{244 245}

Polysemische Artefakte und Texte sind beispielsweise jene, die Hommage an etwas leisten, Zitate von etwas beinhalten oder Imitationen anderer Texte oder anderem existierendem Material. Sie integrieren dadurch mehrere Bedeutungs-Quellen und formen so eine ergiebige semiotische Sphäre, aus der sich mehrere verschiedene Interpretationen ergeben können.²⁴⁶ Memes sind polysemisch, da sie intertextuell sind, das heißt, sie beziehen sich und verweisen auf bestehende Texte, Material, Artefakte und/oder bestimmte Geschehnisse, beziehungsweise Diskurse und Kontexte, sowie auch aufeinander.²⁴⁷ Ähnlich fungieren auch GIFs. Sie werden zudem als polysemisch bezeichnet, da sie isolierte Clips, beziehungsweise Sequenzen eines Ganzen sind. Die Trennung der GIF-Sequenz vom Original, sowie die endlose Schleifung dieses Clips versteht

²³⁸ Vgl. Huntington, 2017, S. 39.

²³⁹ Vgl. Ibid., S. 8.

²⁴⁰ Vgl. Katz/Shifman, 2017, S. 829.

²⁴¹ Vgl. Boxman-Shabtai, Lillian /Limor, Shifman, „Evasive Targets. Deciphering Polysemy in Mediated Humor“, *Journal of Communication* 64/5, 2014, <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=98716157&site=ehost-live> [26.11.2020], S. 977.

²⁴² Vgl. Boxman-Shabtai/Shifman, „Evasive Targets“, 2014, S. 978.

²⁴³ Vgl. Ibid., S. 977-978.

²⁴⁴ Vgl. Ibid., S. 978.

²⁴⁵ Mit „Text“ wird in den Ausführungen dieser Autor*innen auch bildliches Material miteinbezogen.

²⁴⁶ Vgl. Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 988.

²⁴⁷ Vgl. Huntington, 2017, S. 7.

dieses mit mehreren Bedeutungsebenen, die nicht für alle gleich zugänglich, beziehungsweise verständlich sind.²⁴⁸

Multimodalität bildet, durch seine Integration von Schrift, Bild, Ton, Video und Hypertext, den Grundstein des dynamischen, kreativen Ausdrucks, der memetischen Medien zugrunde liegt.²⁴⁹ Memes stellen demnach komplexe visuelle und schriftlich/verbale Artefakte dar und benötigen folglich für ihr Verständnis eine gewisse Dekodierung durch die Betrachtenden.²⁵⁰ Wobei hier, wie in Kapitel drei erwähnt, der Grad der Komplexität massiv variieren kann.

Der Aspekt der variierenden Interpretation ist von Bedeutung, da die Mehrdeutigkeit eines einzigen Memes oder GIFs ein zentraler Aspekt der Wirkungsmacht der Artefakte ist. Es soll an dieser Stelle auch darauf hingewiesen werden, dass in diesem Sinne auch die Analyse der ausgewählten Artefakte in Kapitel sieben meine eigene Wahrnehmung und Interpretation dieser darstellt und folglich von anderen Interpretationen abweichen kann.

5.1.1 Visuelle Rhetorik

„Die Rhetoriken unterscheiden sich in ihrer Substanz (hier der gegliederte Laut, dort das Bild, die Geste, etc.), aber nicht unbedingt in ihrer Form; sehr wahrscheinlich existiert sogar eine einzige rhetorische Form, die z.B. [...] der Literatur und dem Bild gemeinsam ist. Die Rhetorik des Bildes (d.h. die Einteilung seiner Konnotatoren) ist soweit eine besondere, wie sie den physischen Beschränkungen durch den Gesichtssinn unterworfen ist (die von den lautlichen Beschränkungen verschieden sind). Aber sie ist eine allgemeine, insofern die ‚Abbildungen‘ immer nur formale Verknüpfungen von Elementen sind.“²⁵¹

Nach Barthes haben Bilder und visuelle Medien demnach ebenso spezifische wirkungsmächtige Elemente, die untersucht und aufgedeckt werden können, wie Werke der Literatur. Wenn Barthes hier über die Rhetorik des Bildes spricht, meint er Rhetorik im klassischen Sinne: „[T]he tropes and techniques whereby the image conveys meaning.“²⁵² Visuelle Rhetorik bezieht sich demnach auf die traditionelle rhetorische Theorie gesprochener Diskurse, und versteht solche rhetorischen, visuellen Artefakte als von Individuen, mit dem Ziel der Bedeutungserzeugung, hervorgebracht.²⁵³ Visuelle Rhetorik kann, Foss zu Folge, einerseits ein visuelles Objekt oder Artefakt selbst beschreiben, andererseits aber auch eine Perspektive in der Untersuchung visueller Daten sein.²⁵⁴

²⁴⁸ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 2-3.

²⁴⁹ Vgl. Milner, *The World Made Meme*, 2016, S. 218.

²⁵⁰ Vgl. Huntington, 2017, S. 8.

²⁵¹ Barthes, (1964) 2010, S. 92.

²⁵² White, *How to Read Barthes' Image-Music-Text*, 2012, S. 35.

²⁵³ Vgl. Huntington, 2017, S. 21.

²⁵⁴ Vgl. Foss, Sonja K., „Framing the Study of Visual Rhetoric. Towards a Transformation of Rhetorical Theory“, in: Charles A., Hill/Marguerite, Helmers (Hg.): *Defining Visual Rhetorics*, New Jersey: Lawrence Erlbaum 2004, S. 304.

Konzeptualisiert als kommunikatives Artefakt, ist visuelle Rhetorik das tatsächliche Bild oder Objekt, das Rhetoren erzeugen, wenn sie visuelle Symbole zum Zweck der Kommunikation verwenden. Es ist der greifbare, konkrete Nachweis oder das Produkt des kreativen Aktes, wie beispielsweise ein Gemälde oder, in diesem Falle, ein Meme oder GIF.²⁵⁵ Foss beschreibt visuelle Rhetorik dabei als symbolische Handlung, da die Beziehung, die es zwischen Bild und Referent bestimmt, beliebig ist, im Gegensatz zu einem Zeichen, bei dem eine natürliche oder selbstverständliche Beziehung zwischen dem Zeichen und dem Objekt, mit dem es verbunden ist, existiert. Visuelle Rhetorik beinhaltet des Weiteren menschliche Handlung, da die Erzeugung eines solchen Bildes, sowohl die bewusste Entscheidung damit etwas zu kommunizieren, als auch bewusste Entscheidungen über angewendete Strategien in Bereichen wie Farbe, Form, Medium, Material und/oder Größe beinhaltet.²⁵⁶ Visuelle Rhetorik beschreibt auch eine theoretische Perspektive, die die Analyse von symbolischen oder kommunikativen Aspekten eines visuellen Artefaktes beinhaltet.²⁵⁷

Dieser Definition nach, kann der Analyse-Teil dieser Arbeit als der Perspektive der visuellen Rhetorik folgend verstanden werden, da die visuellen Artefakte, das heißt die ausgewählten Memes und GIFs, auf deren mediale Darstellung ihrer Funktion(en), demnach ihrer visuellen, symbolischen und/oder kommunikativen Aspekte, untersucht werden.

5.1.2 Bildrhetorik - Bilder lesen

Die Bedeutung visueller Artefakte, zu denen Memes und GIFs zählen, ist demnach, noch einmal zusammenfassend, abhängig von individueller Auffassung der Betrachtenden, deren Vorwissen, Erfahrungen und Erwartungen, sowie dem Kontext der Begegnung mit dem Bildmedium. Wie trotzdem eine Interpretation und Analyse der visuellen Rhetorik eines solchen Artefaktes vorgenommen, beziehungsweise, wie Bildmaterial interpretiert werden kann, wird in folgendem Kapitel, nach bildtheoretischen Ausführungen von Roland Barthes, Jacques Aumont und Claire Pajackowska, sowie Erwin Panofsky, nachgegangen, um so eine Basis für die in Kapitel sieben ausgeführte Analyse zu schaffen.

Nach Roland Barthes enthalten Bilder grundsätzlich zwei Botschaften: Den Inhalt, den sie repräsentieren und die konnotierte Bedeutung, das heißt die visuellen Codes, die von den Betrachter*innen wahrgenommen und interpretiert werden. Diese Codes sind, wie bereits ausgeführt, kulturell spezifisch und subjektiv; nicht jedes Publikum wird in einem Bild dieselbe

²⁵⁵ Vgl. Foss, „Framing the Study of Visual Rhetoric“, 2004, S. 304.

²⁵⁶ Vgl. Ibid., S. 305.

²⁵⁷ Vgl. Ibid., S. 305-306.

konnotierte Bedeutung erkennen.²⁵⁸

In seinem Werk zur „Rhetorik des Bildes“ beschreibt Barthes weiters drei Nachrichten, die das Bild vermitteln kann. Zunächst führt er die linguistische Nachricht an. Diese bezieht sich auf die sprachlichen, verbalen Teile des Bildes, wie eine Unterschrift oder jegliches Geschriebenes, das im Bild selbst eingebettet ist. Der Code, der für die Entschlüsselung dieser linguistischen Bedeutung nötig ist, sei lediglich die Kenntnis der Sprache und der Schrift.²⁵⁹ Nach der linguistischen Nachricht, bezieht sich Barthes auf „*das reine Bild*“.²⁶⁰ Dieses stelle zunächst eine Reihe an Zeichen dar, die scheinbar ohne Zusammenhang zueinander existieren.²⁶¹ Er nennt diese zweite Nachricht die „codierte ikonische (symbolische)“²⁶² Nachricht. Diese Nachricht bezieht sich auf alle Zeichen, die aus dem Bild erkannt werden können. Erkannte Signifikate werden bestimmten Signifikanten zugeordnet. Barthes beschreibt diese Signifikate eines Bildes auch als seine Konnotatoren. Diese seien abstrakt, bis sie von den Betrachtenden in bestimmte Systeme gebracht und zugeordnet werden, auch beschrieben als Syntagma. Ein Syntagma beschreibt eine Sequenz linguistischer Einheiten, dessen spezifische Reihung oder Ordnung (was allgemeiner auch als Syntax bezeichnet wird) diesen Einheiten Bedeutung verleiht. Dieses Syntagma beschreibt dabei das denotative Bild. Es ist demnach dieses denotative Syntagma, das den konnotativen Elementen ihre Struktur, ihre Rhetorik verleiht.²⁶³ Die dritte Nachricht schließlich, die „nicht codierte ikonische (buchstäbliche) Nachricht“²⁶⁴ ergebe sich aus den tatsächlichen Gegenständen und Objekten, die im Bild abgebildet werden. Für die Aufdeckung dieser Nachricht benötige man lediglich seine eigene Wahrnehmung. Barthes rechtfertigt die Anführung dieser Ebene, durch die Tatsache, dass hier „zumindest eine Bedeutung auf der Ebene der Identifikation der dargestellten Gegenstände“ vorhanden sei.²⁶⁵ Er unterscheidet die buchstäbliche von der symbolischen Nachricht via der Konzepte von Konnotation und Denotation: „*Das buchstäbliche Bild ist also ein denotiertes und das symbolische Bild ein konnotiertes.*“²⁶⁶ Dabei sei das buchstäbliche Bild jedoch nie „in reiner Form“²⁶⁷ gegeben, denn ein Bild wird, wie auch Aumont/Pajackowska in ihren Ausführungen

²⁵⁸ Vgl. Hautsch, 2018, Absatz [5.1].

²⁵⁹ Vgl. Barthes, (1964) 2010, S. 79.

²⁶⁰ Ibid., S. 81.

²⁶¹ Vgl. Ibid.

²⁶² Ibid., S. 83.

²⁶³ Vgl. White, 2012, S. 36.

²⁶⁴ Barthes, (1964) 2010, S. 83.

²⁶⁵ Ibid., S. 85.

²⁶⁶ Ibid., S. 84.

²⁶⁷ Ibid.

zum Bild hervorgehoben haben, nie grundlos erstellt und habe daher, immer eine symbolische Bedeutung oder Nachricht, die vermittelt wird.²⁶⁸

5.1.3 Dreistufen Modell der Bildinterpretation

Nach Erwin Panofsky ist es die Aufgabe der Interpretation, die „Gesamtheit der Wirkungsmomente (also nicht nur das Gegenständliche und Ikonographische, sondern auch die rein ‚formalen‘ Faktoren der Licht- und Schattenverteilung, der Flächengliederung, ja selbst der Pinsel [...] führung)“ zu erfassen und auszuweisen.²⁶⁹ Er schlägt hierzu in seinem Werk „Ikonographie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell“, wie der Titel bereits verrät, drei Stufen der Bildinterpretation vor. Er unterscheidet dabei zwischen drei „Sujet- oder Bedeutungsschichten“.²⁷⁰

Vor-Ikonographische Ebene

Die erste Interpretationsschicht bildet die „Vor-ikonographische“²⁷¹ Ebene, bei der es, ähnlich der informativen Ebene, beziehungsweise der buchstäblichen/ikonischen Nachricht bei Barthes, um die Identifizierung und Herausarbeitung der abgebildeten Gegenstände, Figuren, etc. im Bild geht, wie Endreß beschreibt: „Hier geht es um das einfache benennende ‚Wiedererkennen‘ von Bildthemen, die unabhängig vom kulturellen Kontext und Wissen des Betrachters ‚gesehen‘ werden können“.²⁷² Es geht bei dieser Ebene um die Aufdeckung „primärer oder natürlicher“ Bedeutungsschichten.²⁷³ Um diesen Sinn zu erschließen, sei lediglich unsere Wahrnehmung, beziehungsweise unsere Erfahrungen nötig, wie Panofsky weiter ausführt: „Die dergestalt wahrgenommene Bedeutung ist elementar und leicht verständlicher Natur [...] ich erfasse sie, indem ich einfach bestimmte sichtbare Formen mit Gegenständen identifiziere, die mir aus der praktischen Erfahrung bekannt sind [...]“.²⁷⁴ In dieser Identifizierung spielen, nach Panofsky, auch bestimmte psychologische Faktoren eine wichtige Rolle. Diese Bedeutung, die von Panofsky als „ausdruckshaft“ bezeichnet wird, sei nur durch eine gewisse „Einfühlung“ und „Sensibilität“ erfassbar, die jedoch Teil des Erfahrungsschatzes eines jeden Betrachtenden seien.²⁷⁵ Bei der vor-ikonographischen Ebene

²⁶⁸ Vgl. Aumont/Pajackowska, 1997, S. 53.

²⁶⁹ Panofsky, Erwin, *Ikonographie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell*, ¹, Köln: DuMont, 2006, S. 26.

²⁷⁰ Panofsky, *Ikonographie und Ikonologie*, 2006, S. 55.

²⁷¹ *Ibid.*, S. 57.

²⁷² Endreß, 2019, S. 62.

²⁷³ Vgl. Panofsky, 2006, S. 34.

²⁷⁴ *Ibid.*

²⁷⁵ Vgl. *Ibid.*

werden demnach bestimmte Formen identifiziert, das heißt bestimmte „künstlerische Motive“ aufgezählt und dargestellt.²⁷⁶

Ikonographische Ebene

Die nächste Stufe, die „[i]konographische“ Ebene, beschäftigt sich mit der Herausarbeitung der „sekundäre[n] oder konventional[en]“²⁷⁷ Bedeutung. Diese Bedeutung lässt sich, ähnlich der symbolischen Nachricht, beziehungsweise der „symbolischen, interpretativen Ebene“²⁷⁸ bei Barthes, nur durch ein bestimmtes kulturbezogenes Vorwissen dekodieren und ist, im Vergleich zum natürlichen Sinn, nicht „sinnlich“, sondern „intellektuell“ wahrnehmbar.²⁷⁹ Elemente oder Motive des Bildes werden hier mit bestimmten Themen, Ideen oder Konzepten verbunden.²⁸⁰ Dies setzt, wie bereits erwähnt, ein gewisses Vorwissen, eine „Vertrautheit mit bestimmten Themen oder Vorstellungen voraus [...]“.²⁸¹ Auf dieser Ebene finden sich demnach, wie Endreß zusammenfassend beschreibt, „die spezifischen, dem Bild zu Grunde liegende, in ihrer Bedeutsamkeit kulturell gebundenen Narrative, Protagonisten und Artefakte. Deren Kenntnis ist Voraussetzung für ihr ‚Wiedererkennen‘ [...]“.²⁸²

Durch linguistische Hilfestellungen kann hier jedoch auch ein „dem Erfahrungsraum Fremde[r]“²⁸³ die Bildinhalte erfassen; er*sie wird sie jedoch nicht so verstehen und wahrnehmen können wie eines der Mitglieder der jeweiligen Kultur.²⁸⁴ Diese Beobachtung wird in Kapitel sechs, sowohl für die Funktion als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom, als auch für die Funktion der Bemächtigung und Grenzziehung, von Bedeutung sein, und noch einmal aufgegriffen.

Die beiden ikonographischen Ebenen liefern Informationen darüber, „wann und wo bestimmte Themen durch bestimmte Motive sichtbar gemacht wurden“.²⁸⁵

Ikonologische Ebene

Die dritte Stufe bildet schließlich die „[i]konologische“ Ebene. Hier wird das visuelle Artefakt auf seine zugrunde liegenden Prinzipien untersucht, die dessen Herstellung beeinflusst haben,²⁸⁶ wie Endreß anschaulich beschreibt:

²⁷⁶ Vgl. Panofsky, 2006, S. 37.

²⁷⁷ Ibid., S. 35.

²⁷⁸ White, 2012, S. 40.

²⁷⁹ Vgl. Panofsky, 2006, S. 35.

²⁸⁰ Vgl. Ibid., S. 38.

²⁸¹ Ibid., S. 48.

²⁸² Endreß, 2019, S. 62.

²⁸³ Ibid.

²⁸⁴ Vgl. Ibid., S. 62.

²⁸⁵ Panofsky, 2006, S. 41.

²⁸⁶ Vgl. Aumont/Pajackowska, 1997, S. 190.

„[D]as Bild [wird] als Dokument seiner Entstehungszeit, der spezifischen Geisteshaltung und stilistischer Strömungen seiner Epoche, die die Art und Weise beeinflusst haben, wie die auf der vorikonografischen und ikonografischen Ebene identifizierten Inhalte im Bild dargestellt sind [befragt]. Während auf der ikonographischen Ebene des Bildes diese oder jene Geschichte in das Bild ‚eingeschrieben‘ ist, als Bestandteil eines geteilten kulturellen Wissens, entdecken wir auf der ikonologischen Ebene eine für seine Entstehungszeit spezifische Gestalt dieser Geschichte; hier interagiert die Erzählung mit den formalen Dimensionen der Darstellung.“²⁸⁷

Wie bereits in obigen Ausführungen erwähnt, ist ein bestimmter linguistischer Zusatz oft Teil des jeweiligen Bildmaterials und spielt daher in der Interpretation der Artefakte eine wesentliche Rolle. Im Folgenden wird daher die Beziehung zwischen Bild und Text genauer betrachtet und dargestellt.

5.2. *Bild und Text*

Die Erweiterung der möglichen Bedeutungen des Begriffes „Text“ in der zweiten Hälfte der 1960er Jahre, in verschiedensten Feldern (beispielsweise werden Bilder, Filme und Musik auch als lesbare Texte verstanden) machte diesen Begriff zu einem relativ vagen und unklaren Begriff.²⁸⁸ Um im weiteren Verlauf der Arbeit auf den ersten Blick klarzumachen, worum es sich genau handelt, wird der Begriff „Text“, nach Sarapik, im engeren Sinne, als intentionale Nachricht, ausgedrückt in natürlicher Sprache, verwendet.²⁸⁹ Filme, Bilder und anderes Referenzmaterial, derer sich die Memes und GIFs bedienen, werden als solche oder als „Ausgangs-, Original- oder Quell-Material“ benannt.

Bildliche Darstellungen werden immer noch stark von geschriebenem Text dominiert, wie Ed White erklärt: „For no matter how short it may be, the written message ‚counts...thanks to connotations‘.“²⁹⁰ Die meisten Bild-Captions, wie beispielsweise in Zeitungsartikeln, übersetzen oder wiederholen das im Bild dargestellte und bieten so textuelle Gewissheit über den Kontext. Dies behauptet Macht des Verbalen über dem Bild.²⁹¹

Vor allem bei polysemischen Bildern ist oft die Notwendigkeit gegeben, die hier so zahlreich enthaltenen Zeichen und Bedeutungsträger zu stabilisieren. Dies kann durch die linguistische Nachricht gegeben werden.²⁹² Die verschiedenen Modi können dabei entweder fest miteinander

²⁸⁷ Endreß, 2019, S. 49-50.

²⁸⁸ Vgl. Sarapik, „Picture, Text, and Imagetext“, 2009, S. 280.

²⁸⁹ Vgl. Ibid.

²⁹⁰ Barthes, Roland, „The Third Meaning: Notes on Some of Eisenstein’s Stills“, *Artforum* 11/5, übersetzt v. Richard Howard, 1973, zit.n. White, 2012, S. 28.

²⁹¹ Vgl. Thomas, Kayley, „Revisioning the Smiling Villain. Imagetexts and Intertextual Expression in Representations of the Filmic Loki on Tumblr“, *Transformative Works and Cultures* 13, 2013, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/474> [20.10.2020], Absatz[4.2].

²⁹² Vgl. White, 2012, S. 29.

verbunden sein und eine einheitliche Nachricht vermitteln oder sich gegenseitig ergänzen, sodass die eigenständigen Bedeutungselemente zu einer zentralen Bedeutung zusammenlaufen.²⁹³ Bildliche Repräsentation kann demnach einen gemeinsamen Effekt mit dem Text haben oder zusätzliche Bedeutung produzieren. Der Text kann sich dabei auch auf etwas anderes beziehen als das, was abgebildet ist.²⁹⁴ Text kontextualisiert oder rekontextualisiert das Bild oder verdeutlicht den intendierten rhetorischen Zweck. Gleichmaßen beeinflusst das Bild die Auffassung des Textes, repositioniert diesen in Relation zum visuellen Material und bietet alternative Interpretationen.²⁹⁵ Der zentrale Punkt ist hier stets die Verbindung zwischen den beiden Komponenten.²⁹⁶

Eine Bild-Text Konstruktion kann auch narrative Funktionen haben. Diese Funktion hat vor allem dann einen Effekt, wenn es um Bilderreihen geht, es kann jedoch auch zu einem einzigen Bild, via Text, eine Geschichte zugefügt werden.²⁹⁷

Weiters kann und wird ein Bild oft zu Text hinzugefügt, allein aus dem Grund, Aufmerksamkeit zu erregen. Das Bild hat hier die Aufgabe zu irritieren und damit die Aufmerksamkeit auf sich und den begleitenden Text zu ziehen. Der*die User*in kann zudem auch rein ästhetische Ziele damit verfolgen.²⁹⁸ Viele der gesammelten Memes und GIFs der in dieser Arbeit untersuchten Fan-Kampagne fallen unter diese Kategorie, was mit der in Kapitel zwei angeführten Aufmerksamkeitsökonomie zusammenhängt, da sie, wie bereits angeführt, den vorrangigen Zweck erfüllen, der Kampagne Aufmerksamkeit und weitreichende Teilnahme zu verschaffen.

Analyse der Beziehung von Bild und Text

Ein semiotischer Zugang betrachtet hier, nach Huntington, die Interaktion der Phrasen und des Bildes, um die Bedeutung des Artefaktes sowohl zu erweitern, als auch zu rahmen.²⁹⁹ Die Beziehungen zwischen Text und bildlicher Repräsentation werden dabei zunächst hierarchisch oder auf Basis der dominanteren Komponente betrachtet, das heißt, was hier dominiert ist entweder Bild oder Text oder, im Falle von sogenannten „imagetexts“³⁰⁰, besteht eine gleichwertige Beziehung.³⁰¹

²⁹³ Vgl. Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 989.

²⁹⁴ Vgl. Sarapik, 2009, S. 296.

²⁹⁵ Vgl. Hautsch, 2018, Absatz [5.2].

²⁹⁶ Vgl. Sarapik, 2009, S. 296.

²⁹⁷ Vgl. Ibid.

²⁹⁸ Vgl. Ibid.

²⁹⁹ Vgl. Huntington, „Subversive Memes. Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric“, *AoIR Selected Papers of Internet Research* 14, 2013.

³⁰⁰ Sarapik, 2009, S. 304.

³⁰¹ Vgl. Ibid.

Da es sich bei vielen Memes und GIFs um ebengenannte Imagetexte handelt, wird diese Text-Bild-Konstruktion folgend genauer betrachtet.

Imagetext

Bei dem genannten „imagetext“ (auch „iconotext“)³⁰² handelt es sich um eine Beziehung bei der Bild und Text Seite an Seite bestehen und eine Synthese bilden. Dies ist beispielsweise in Comic-Streifen, Karikaturen mit Text, Wappen, Logos oder Werbeposter mit Text zu beobachten.³⁰³ Ein Imagetext bildet demnach die Ko-Existenz von Bild und Text, wobei beide Komponenten ihre Bedeutung erhalten, das heißt formal voneinander unterscheidbar bleiben, jedoch untrennbar voneinander sind.³⁰⁴

Sarapik beschreibt die Wahrnehmung des Imagetextes, im Vergleich zu anderen Text-Bild-Kombinationen, mit dem Konzept des dualen Lesens, das beim Imagetext nicht gegeben ist. Wenn Bild und Text nebeneinander sind, werden diese separat wahrgenommen – Lesen richtet das Auge auf das Geschriebene, während die Betrachtung des Bildes es nicht erlaubt, gleichzeitig das Geschriebene zu lesen. Diese Text-Bild-Kombination ist durch duales Lesen charakterisiert, ein konstantes Wechseln von einer Ausdrucksform zu der anderen, wobei beide im Blickfeld bleiben. Imagetext, die Synthese von Bild und Text, wird als Ganzes und kompakt wahrgenommen, wodurch duales Lesen hier verschwindet.³⁰⁵

Auch Roland Barthes wendete sich den Beziehungen von Text und Bild zu und beschreibt diese, Kayley Thomas zu Folge, als entweder „*anchorage* (text that supports the image), *illustration* (image that supports the text), and *relay* (image and text that work in tandem)“.³⁰⁶

Anchorage

Der Text bildet hier einen Ankerpunkt. Der linguistische Anker hilft den Leser*innen, „to choose the correct level of perception’, and acts like a vice which holds the connoted meanings from proliferating’ or going in the wrong direction“.³⁰⁷ Anchorage ist demnach eine Art selektive, gelenkte Kontrolle. White beschreibt es auch als repressives Phänomen, da es mögliche Deutungen der Zeichen zugunsten anderer unterdrückt und einschränkt.³⁰⁸ Bestimmte Interpretationen des Bildes werden somit exkludiert.³⁰⁹

³⁰² Sarapik, 2009, S 284.

³⁰³ Vgl. Ibid.

³⁰⁴ Vgl. Ibid., S. 289.

³⁰⁵ Vgl. Ibid., S. 302.

³⁰⁶ Thomas „Revisioning the Smiling Villain“, 2013, Absatz [3.3].

³⁰⁷ White, 2012, S.29.

³⁰⁸ Vgl. White, 2012, S. 30.

³⁰⁹ Vgl. Ibid., S. 29.

Relay

In Comic-Streifen finden sich eine Reihe von gerahmten Bildern, mit geringem Text-Anteil, wie beispielsweise Dialoge zwischen Charakteren in Sprechblasen. Dieser Text leitet die Interpretation der Bilder. Im Gegensatz zur Anchorage-Relation führt der Text hier die Wahrnehmung des*r Lesers*in lediglich durch die Sequenz, kontrolliert dabei aber nicht die Interpretation davon. Relay funktioniert demnach, White zu Folge, oft nach einem diegetischen Code.³¹⁰

Thomas zieht in der Zuordnung der Bild-Text-Relation Kristevas Konzept der Intertextualität heran. Ob ein Artefakt der Relay- oder Anchorage-Relation zuzuordnen ist, sei demnach auch abhängig von der Wissens-Basis mit der der*die Zuschauer*in an dieses herangeht. Kristeva positioniert einen jeweiligen Text entlang zweier Achsen: Eine die den*die Erzeuger*in und das Publikum des Werkes verbindet und eine, die das Werk mit anderen Werken verbindet. Der Punkt, an dem diese beiden Achsen zusammenlaufen ist es, wo Intertextualität am stärksten auftritt.³¹¹ Ausgehend von der Fähigkeit der Betrachtenden diese Momente des Zusammenlaufens zu erfahren oder nicht zu erfahren, können Imagetexte für jede*n Betrachter*in unterschiedlich wirken.³¹² Die Fähigkeit, beziehungsweise das jeweilige Wissen, nach Barthes auch als Idiolekte beschrieben, eines jeden Betrachtenden kann sich demnach auch darauf auswirken, ob der Text die Wahrnehmung, und folglich die Interpretation, nur leitet oder diese gänzlich kontrolliert.

5.2.1 GIF und Text

Ab dem Jahr 2011 wurden GIFs online oft als Antwort auf oder an Stelle von Text gepostet.³¹³ Besonders die, bereits kurz in Kapitel vier, hinsichtlich der sich etablierten kulturellen Praxis der GIF-Verwendung, erwähnten „Reaction-GIFs“ werden in der Kommunikation als Antwort auf andere Beiträge eingefügt.³¹⁴ Sie zeigen fast ausschließlich ganz bestimmte Momente eines Dialogs, bestimmte Gesten und/oder Körperpositionen und spielen diese in Schleife.³¹⁵

GIFs begegnen dem individuellen Zusehenden auf einem persönlichen Bildschirm, wo sie umgeben sind von Text und anderen medialen Artefakten und Medien.³¹⁶ Die Bedeutung ist demnach, Miltner und Highfield zu Folge, nicht nur auf Basis des Inhalts des GIFs konstruiert, sondern auch abhängig von Umgebungsfaktoren wie Captions, Nachrichten oder anderen Beiträgen um das GIF herum. Dieser Text bietet Kontext für die Interpretation und eröffnet

³¹⁰ Vgl. White, 2012, S. 30.

³¹¹ Vgl. Thomas, 2013, Absatz [3.3].

³¹² Vgl. Ibid.

³¹³ Vgl. Eppink, 2014, S. 303.

³¹⁴ Vgl. Grădinaru, 2016, S. 85.

³¹⁵ Vgl. Ibid.

³¹⁶ Vgl. Eppink, 2014, S. 298.

gleichzeitig zusätzliche Bedeutungsebenen.³¹⁷ Die textuellen Captions, beziehungsweise Bild-Beschreibungen und -Kommentare beeinflussen meist stark, wie das Artefakt interpretiert wird.³¹⁸ Der Text kann demnach maßgeblich dabei helfen die mehrdeutigen Konnotationen eines GIFs zu verdeutlichen, indem sie kontextualisiert werden. Die Interpretation des*r Lesers*in wird so in Richtung intendierter Bedeutung gesteuert. Hautsch führt hier noch einmal passend Barthes Erklärung der Funktion von Anchorage an: „[T]he text directs the reader through the signifieds of the image, causing him to avoid some and receive others...it remote controls him toward a meaning chosen in advance“³¹⁹ Text kann so die Leseart der visuellen Sprache des Artefaktes beeinflussen, und damit die Interpretation des Bildes und das Verständnis von dessen Konnotationen steuern. In einigen Fällen ist textuelle Anweisung auch notwendig, damit das GIF sein rhetorisches Ziel erreichen kann, beispielsweise wenn das Bild, beziehungsweise die Sequenz, selbst zu mehrdeutig ist, um effektiv die gewünschte Wirkung erzielen zu können.³²⁰

Nach Thomas lädt die Frage danach, ob bei einem GIF mit Text, der Text oder das Bild bevorzugt werden sollte, zu einem kritischen Blick ein. Letztendlich ist es wieder der Fan, beziehungsweise die Betrachter*innen des Artefaktes, die die Bedeutung des Imagetextes bestimmen. Dies geschieht durch die Art und Weise ihrer Anwendung und Auffassung des Artefaktes, wobei sie dabei das visuelle Spiel in einen fortlaufenden Diskurs bringen.³²¹

Das Artefakt wird je nach eigenem Vorwissen und Befinden interpretiert, modifiziert und wieder durch erneute Betrachtung und Interpretation durch andere User*innen im Online-Raum veröffentlicht. Diese Modifikation durch die Betrachtenden, beziehungsweise andere User*innen geht dabei häufig auf ebendieser linguistischen, beziehungsweise textuellen Ebene von statten.

5.2.2 Meme und Text

Auch im Falle von Memes kann Text das Bildliche kontextualisieren und somit die Interpretation stark beeinflussen, wie Bülow et. al. beschreiben:

„[Der Text] deutet die bildlich konstruierte Szene als eine spezifische und spielt mit der Erwartungshaltung, dem Vor- und Weltwissen der Internet-User. Besonders deutlich wird dieses beabsichtige Spiel im Falle eines komplementären Verhältnisses von Sprachanteil und

³¹⁷ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 5.

³¹⁸ Vgl. Bakhshi/Shamma/Kennedy/Song/Juan/Kaye, „Fast, Cheap, and Good“, 2016, S. 583.

³¹⁹ Hautsch, 2018, Absatz [5.2].

³²⁰ Vgl. Ibid., Absatz [5.3].

³²¹ Vgl. Thomas, 2013, Absatz [4.2].

Bild. Inkongruenzen zwischen Bildlichem und Sprachlichem [...] ermöglichen häufig eine humorvolle Leseart.“³²²

Indem Text zu der bildlichen Darstellung hinzukommt, wird somit eine bestimmte Interpretation, zugunsten anderer, vorgegeben, beziehungsweise „dem Meme-Rezipienten als intendierte Lesearbeit angeboten. [...] Sprache löst dabei die bildliche Polysemie nicht gänzlich auf, nimmt allerdings großen Einfluss auf den Sinnbildungsprozess bei der Rezeption“.³²³

Dancygier und Vandelanotte führen als anschauliches Beispiel spezifischer Text-Bild-Relationen bei Memes einerseits die sogenannten „*said no one ever*“-Memes an, bei denen das Bild zwar relevant, jedoch nicht der Fokus des Artefaktes ist, und andererseits die „*When*“-Memes, bei denen das Bild eine vorrangige Stellung einnimmt.³²⁴ Bei ersterem Meme-Typ ist der Text der dominierende, bedeutungsgebende Faktor. Am anderen Ende des Spektrums seien die „*When*“-Memes, bei denen es schlicht und einfach kein Meme (und keine Bedeutung) gäbe ohne das Bild. Der textuelle Bestandteil des Memes wäre hier allein unvollständig in der Bedeutungserzeugung.³²⁵ Bei den *When*-Memes kommt demnach dem Bild eine besonders bedeutende Rolle in der Vervollständigung einer unvollendeten linguistischen Konstruktion zu.³²⁶ *When*-Memes sind eines der beliebtesten Typen von Memes und verwenden, wie der Name bereits erahnen lässt, den Ausgang „*When*“ um einen gedanklichen, interpretativen Raum zu eröffnen. Es gibt mehrere Subtypen dieser Meme-Gruppe; in dem spezifischen Typ, der von Dancygier und Vandelanotte untersucht wurde, startet der Text am oberen Teil des Bildes (TT) mit einer *When*-Klausel. Diese Klausel passt entweder ganz auf den oberen Teil oder ist aufgeteilt zwischen oberem Teil (TT) und unterem Teil des Bildes (BT). Das erwartete Resultat der *When*-Situation wird jedoch nicht via Text geboten. Ein beliebtes Beispiel davon wäre „*When you're about to leave work and the boss says ,before you go ...*“³²⁷ In diesem Beispiel wird eine Situation beschrieben, die eine Reaktion veranlassen sollte; diese wird jedoch nicht verbal beschrieben. Stattdessen macht es das Bild klar, wie die Antwort oder Reaktion aussehen könnte.³²⁸ Die Aufgabe des Bildes ist es demnach, wie oben erwähnt, die Vervollständigung der Konstruktion zu bieten. Diese Vervollständigung geschieht demnach via bildlicher Inszenierung und nicht in textueller Form.³²⁹

³²² Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 11.

³²³ Ibid.

³²⁴ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 566.

³²⁵ Vgl. Ibid., S. 566-567.

³²⁶ Vgl. Ibid., S. 568.

³²⁷ Ibid.

³²⁸ Vgl. Ibid., S. 586-587.

³²⁹ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 587.

In solchen Fällen wirken die Bilder als essenzielle Komponenten der multimodalen Konstruktion, indem sie die textuelle Komponente vervollständigen.³³⁰ Ohne das Bild kann die When-Klausel nicht auf dieselbe Weise interpretiert werden, da sie sonst syntaktisch und informationell unvollständig wäre.³³¹

Reaction-Meme/GIF

Memes, die dem formalen When-Meme-Muster folgen, sind der Überkategorie der, in Kapitel vier erwähnten, sogenannten Reaction-Memes und -GIFs zuzuordnen. Denn hier geht es vorrangig um eine visuelle Darstellung einer körperlichen, emotionalen Reaktion auf eine Situation oder einen vorangegangenen Beitrag. Die When-Meme-Konstruktion kann auch in Form eines GIFs erfolgen. Dabei wird die When-Klausel meist in der Caption beschrieben.

Hickey unterscheidet in diesem Zusammenhang, in Anlehnung an Eppink, das rhetorische Reaction-GIF vom regulären Reaction-GIF.³³² Rhetorisch beziehe sich in diesem Sinne jedoch nicht auf eine platonische Vorstellung von Rhetorik.³³³ Diese Beiträge sind originelle hypothetische Situationen, die konzipiert werden, um einem bestimmten Meme oder GIF neuen Kontext zu verleihen. Rhetorische Reaction-GIFs sind nicht dazu gedacht als Teil eines Dialogs oder einer Konversation gelesen zu werden und erfordern oder erwarten auch keine Antwort. Sie sind als alleinstehender Beitrag in einer Kommunikation anzusehen. Häufig ist die textuelle Komponente, die diese Artefakte begleitet, die Akronyme „MFW (My Face When) or HIFW (How I Feel When).“³³⁴ Wie zu erkennen ist, deckt sich diese Beschreibung mit dem eben beschriebenen When-Meme-Konzept.³³⁵ Die visuelle Komponente ist bedeutend in der Konstruktion, beziehungsweise der Vervollständigung der Prämisse und der Vermittlung des emotionalen Zustandes. Eppink beschreibt dies auch als hypothetisches Reaction GIF – eine hypothetische Situation wird vorgeschlagen und in Form eines GIFs vervollständigt.³³⁶

Im Gegensatz hierzu seien reguläre Reaction-GIFs all jene GIFs, die gepostet werden, um direkt auf eine spezifische vorangegangene Situation oder einen Beitrag zu reagieren, beziehungsweise darauf zu antworten.³³⁷ Sie sollen demnach in online Konversationen eine spezifische Reaktion

³³⁰ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S 588.

³³¹ Vgl. Ibid., S. 589.

³³² Vgl. Hickey, 2015, S. 19.

³³³ Vgl. Hickey, 2015, S. 19-20.

³³⁴ Ibid., S. 20.

³³⁵ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 566.

³³⁶ Vgl. Eppink, 2014, S. 303.

³³⁷ Vgl. Ibid.

auf eine Situation oder ein Kommentar illustrieren und die jeweilige emotionale Haltung oder Reaktion des Postenden stellvertretend darstellen und demonstrieren.³³⁸

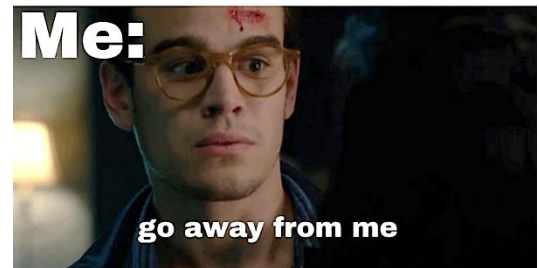
Ein Beispiel eines hypothetischen Reaction-Memes aus der SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne, das dem eben beschriebenen When-Muster folgt, ist in Abbildung 1 zu sehen. Hier wurde die When-Situation im Top-Text aufgebracht und die Reaktion darauf mittels des Bildes, zusammen mit zusätzlichem Text, dargestellt. Für Fans der Serie, die über den Original-Kontext des verwendeten Bildes aus der Serie, sowie bestimmte Referenzen, die angeführt wurden, Bescheid wissen, können hier weitaus tiefergehende Bedeutungen, wie spezifischen Humor/Spott, sowie die Intensität der

gezeigten Emotion erkennen. Die Reaktion bleibt jedoch nichtsdestotrotz auch für Außenstehende erkennbar, als negativ und abweisend und wird, gemäß dem Format, auf die genannte When-Situation bezogen. Dieses Beispiel soll hier jedoch nur als Veranschaulichung des When-Reaction-Meme-Musters dienen, weshalb auf weitere, tiefere Bedeutungsebenen nicht weiter eingegangen wird.

Zusammenfassend lässt sich demnach folgern, dass sowohl der Text als auch das Bild, sowie deren Beziehung zueinander und miteinander, von zentraler Bedeutung in der Interpretation und Wirkungsmacht der Artefakte Memes und GIFs ist.

Der Text im und um das jeweilige Bildmaterial erweitert und/oder rahmt die Interpretation, er eröffnet zusätzliche Bedeutungsebenen, bietet Kontextualisierung und wirkt im Interpretationsprozess, je nach Vorwissen und Idiolekten der Betrachtenden, entweder bestimmend/kontrollierend/rahmend oder leitend/ergänzend. Die jeweilige Bild-Text-Relation eines Artefaktes ist somit als wesentlicher Aspekt in der Analyse miteinzubeziehen.

When I see freeflop



*Abb. 1: Reaction-(When-) Meme, User*in: „@jacessixpack.old“, Instagram, 05.07.2018.*

³³⁸ Vgl. Huber, 2015.

6. Funktionen von Memes und GIFs

Als Produkte gegenwärtiger Partizipations-Kultur können Memes und GIFs einer breiten Vielfalt an sozialen, kulturellen und politischen Zwecken dienen: Von der Vermittlung bestimmter Emotionen in zwischenmenschlichen Settings, bis hin zu öffentlichem Protest.³³⁹ Auch Plevriti beschreibt die Hervorbringung und den Einsatz von Memes und GIFs für eine Vielzahl an unterschiedlichen Themen und Kontexten, von individuellem Kommentar zu News und aktuellen Geschehnissen hin zu persönlichen Erfahrungen und Erlebnissen.³⁴⁰ Diese visuellen Artefakte können dabei, beispielsweise, fungieren als „user-generated art form“³⁴¹, als kreative Möglichkeit einen Witz zu erzählen, als Beobachtung oder Feststellung eines bestimmten Zustandes, als Hilfe, ein Argument zu präsentieren, als Instrument individuellen oder kollektiven Ausdrucks, zur Erhaltung und Bestärkung kulturellen Kapitals, beziehungsweise kultureller Identität im digitalen Raum, sowie als Marker für Affekt und Emotion.³⁴²

Sie vermitteln bestimmte Informationen, illustrieren Argumente und agieren dabei als das jeweilige Argument und die Referenz in einem, was es ihnen erlaubt, in der Performance von Identität, Humor, Expertise und Gemeinschaft im digitalen Raum nützlich zu sein.³⁴³ Diese symbolische Komplexität macht sie, Miltner und Highfield zu Folge, zu einem idealen Tool für die Steigerung zweier Kern-Aspekte digitaler Kommunikation: Die Darstellung von Emotion und Affekt sowie die Demonstration kulturellen Wissens.³⁴⁴ Zwei Aspekte, auf die im Folgenden, in der Auseinandersetzung der Funktionen von Memes und GIFs, auch genauer eingegangen wird.

In Anbetracht dieser Vielfalt an Nutzen und Einsatzweisen, werden im folgenden Kapitel jene drei Funktionen vorgestellt, auf die sich diese Arbeit begrenzt und auf die die ausgewählten Artefakte schließlich in Kapitel sieben untersucht werden.

Diese Funktionen sind:

-) Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt,
-) Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom, sowie
-) Memes und GIFs als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung.

³³⁹ Vgl. Nissenbaum, Asaf /Limor, Shifman, „Internet Memes as Contested Cultural Capital. The Case of 4chan’s /b/board“, *New Media & Society* 19/4, 2017, S. 485.

³⁴⁰ Vgl. Plevriti, 2014, S. 4.

³⁴¹ DeCook, „Memes and Symbolic Violence“, 2018, S. 486.

³⁴² Vgl. Ibid., S. 488-489.

³⁴³ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

³⁴⁴ Vgl. Ibid., S. 3.

Die eben genannten Funktionen schließen sich dabei nicht gegenseitig aus. Es können somit in einem Artefakt jeweils mehrere Funktionen erscheinen, oft auch ineinander übergehen oder miteinander zusammenhängen.

6.1 Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt

Miltner und Highfield zu Folge ist die als häufigste Verwendungsweise des GIFs genannte Funktion, die Darstellung von Affekt.³⁴⁵ Murray beschreibt Affekt dabei, nach McLeod, als Begriff, der eine breite Vielfalt an Konstrukten und Prozessen umfasst, die nicht unbedingt unter dem Überbegriff der Kognition zu fassen sind.³⁴⁶ Affekt wird daher auch oft als Sammelbegriff verwendet, in dem Konzepte wie Emotionen, Stimmungen, Interessen, Sentiments oder Leidenschaften inkludiert werden.³⁴⁷

In Anlehnung an Crigler und Just (2012) definiert Huntington Affekt als bewussten Zustand des Fühlens von Emotionen.³⁴⁸

Eine bestimmte Emotion kann in der Vermittlung Funktion der Sender*innen, der Botschaft oder der Empfänger*innen sein. Die Reaktion der Empfänger*innen der Nachricht wird dabei nicht immer mit der Intention der Sender*innen übereinstimmen. Diese Beobachtung wurde, in Bezug auf die Interpretation und Rezeption, bereits in Kapitel fünf ausgeführt.³⁴⁹

Vor allem aufgrund des intertextuellen Charakters von Memes und GIFs kann es hier schwierig sein zu unterscheiden, ob eine affektive Reaktion von dem Artefakt, als eigener Einheit, ausgeht oder von den Verbindungen und Assoziationen, die der*die Zuschauer*in von ikonischen und/oder emotionalen Bildern mit und zu bestimmten Geschehnissen hervorbringt.³⁵⁰ Dies ist wiederum von den jeweiligen Idiolekten, das heißt dem Wissen und der Vorerfahrung, der Betrachter*innen abhängig.

Jou, Bhattacharya und Chang zu Folge bringen multimediale Interaktionen eine Vielzahl an Emotionstypen hervor. Sie führen hier die intendierte, die wahrgenommene sowie die induzierte Emotion an.³⁵¹ Wahrgenommene Emotion sei dabei ein wichtiges Phänomen für die wissenschaftliche Behandlung, da diese konkreter ist als induzierte Emotion, wo bestimmte Be- und Zuschreibungen, durch ihre Subjektivität, weniger zuverlässig sind. Im Falle der intendierten

³⁴⁵ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

³⁴⁶ Vgl. Murray, *Non-Discursive Rhetoric*, 2009, S. 88.

³⁴⁷ Vgl. Ibid., S. 89.

³⁴⁸ Vgl. Huntington, „The Affect and Effect of Internet Memes“, 2017, S. 53.

³⁴⁹ Vgl. Ibid., S. 50.

³⁵⁰ Vgl. Ibid., S. 50-51.

³⁵¹ Vgl. Jou, Brendan /Subhabrata, Bhattacharya/Shih-Fu, Chang, „Predicting Viewer Perceived Emotions in Animated GIFs“, *Proceedings of the 22nd ACM international conference on Multimedia.*, Association for Computing Machinery 2014, S. 213.

Emotion bestehe die Schwierigkeit darin, genau erkennen zu können, was ein*e Autor*in tatsächlich beabsichtigte, da solche Zuschreibungen oft nicht existieren.³⁵² In der Untersuchung der Artefakte in Kapitel sieben fokussiert sich die Arbeit daher auf wahrgenommene Emotion und es werden höchstens Vermutungen zur intendierten Emotion angestellt.

Bild, und das Bildliche generell, sind, durch deren Verbindung zu unseren Emotionen und dem Affektiven, direkte Bedeutungsträger³⁵³, wie Endreß beschreibt: „Ein Bild berührt den Betrachter nicht nur auf intellektueller Ebene, sondern auch auf sinnlich-emotionaler Ebene, es interagiert dabei direkt mit der an den Körper gebundenen Erfahrung seines Rezipienten.“³⁵⁴ Bilder übertragen somit nicht nur visuell wahrnehmbare Informationen, sondern, im Besonderen, auch emotionale, sinnliche Informationen, was sich die Memes und GIFs, in ihrer Funktion als Marker für Emotion und Affekt, zu Nutze machen.³⁵⁵

Als multimodale Darstellungen, sind vor allem GIFs machtvolle Mittel für die Darstellung von Emotionen, beziehungsweise die Inszenierung und Demonstration bestimmter affektiver Zustände.³⁵⁶ Mike Isaac beschreibt GIFs in seinem Artikel der New York Times demnach passend als „a way to relay complex feelings and thoughts in ways beyond words and even photographs [...]“.³⁵⁷ Auch Jou et. al. betonen die, mittlerweile weit verbreitete, Anwendungsweise von Memes und GIFs als Mittel für den visuellen Ausdruck von Emotion in der heutigen vernetzten Gesellschaft.³⁵⁸ Als „bottom-up“ kreative Ressourcen werden Memes und GIFs von verschiedensten Gruppen genutzt, um deren Standpunkte und Sichtweisen zu aktuellen Problemen oder Thematiken und bestimmten Geschehnissen darzulegen.³⁵⁹ Die veröffentlichten Memes und GIFs, sowie die zugehörigen Hashtags können demnach als Marker zum Verständnis der Emotionen und Affekte, die während und aufgrund bestimmter Geschehnisse aufkommen, dienen.³⁶⁰ Miltner und Highfield beschreiben GIFs in diesem Sinne als visuelle Sprache, als emotives Vokabular, das aus einer Kultur entsteht.³⁶¹ Benutzer*innen wird es ermöglicht Gedanken, Gefühle, Emotionen und andere affektive Reaktionen via der visuellen Sprache von GIFs zu vermitteln, die, wie Newman beschreibt, „distillations of pure affect“³⁶² seien. Nach

³⁵² Vgl. Jou/Bhattacharya/Chang, „Predicting Viewer Perceived Emotions in Animated GIFs“, 2014, S. 214.

³⁵³ Vgl. Murray, 2009, S. 84.

³⁵⁴ Endreß, 2019, S. 64.

³⁵⁵ Vgl. Murray, 2009, S. 84.

³⁵⁶ Vgl. Tolins/Samermitt, 2016, S. 83.

³⁵⁷ Isaac, Mike, „For Mobile Messaging, GIFs Prove to Be Worth at Least a Thousand Words“, *The New York Times*, 03.08.2015, <https://www.nytimes.com/2015/08/04/technology/gifs-go-beyond-emoji-to-express-thoughts-without-words.html> [20.11.2021].

³⁵⁸ Vgl. Jou/Bhattacharya/Chang, 2014, S. 213.

³⁵⁹ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 485.

³⁶⁰ Vgl. DeCook, 2018, S. 489.

³⁶¹ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 5.

³⁶² Newman, 2016, S. 2.

Miltner und Highfield dienen sie daher als direkte Stellvertretung, als Proxy für den bestimmten affektiven oder emotionalen Zustand eines Individuums.³⁶³

Die Funktion der Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt, ist, unter anderem, dadurch gegeben, dass hier der Fokus aufs Detail, auf den sonst flüchtigen Moment, gerichtet wird.³⁶⁴ Bestimmte Momente werden aus dem Film-, oder Serien-Ablauf genommen und die einzigartige, aussagekräftige Eigenschaft einer spezifischen Geste, einer Performance, eines Körpers, eines Gesichtes ausgestellt.³⁶⁵ Fans isolieren demnach bestimmte Gesten oder Gesichtsexpressionen von Charakteren, einer Serie beispielsweise, und eignen sich diese als visuelle Marker ihrer eigenen verkörperlichten Kommunikation an, wie Hautsch beschreibt: „[Memes and GIFs] visually enact and communicate users' affective reactions by embodying them through gesture or expression.“³⁶⁶ Während GIFs durch die Bewegung die Möglichkeit haben die Geste in ihrer Gesamtheit zu zeigen, wirken im Meme, als statischem Bild, besonders bestimmte Gesichtsausdrücke.³⁶⁷ Diese Gesichtsausdrücke beeinflussen intuitiv die Art und Weise wie Betrachter*innen die vermittelten, beziehungsweise dargestellten Emotionen aufnehmen.³⁶⁸

Gesicht/Mimik

Besonders Reaction-Memes und -GIFs sind darauf ausgelegt, einen einzelnen bedeutungsvollen Ausdruck zu isolieren.³⁶⁹ Dadurch soll der*die Betrachter*in dazu angeregt werden die durch das Artefakt vermittelte, das heißt die visuell dargestellte, Emotion zu teilen.³⁷⁰

Von allen möglichen Eigenschaften und Merkmalen des Ausdrucks, sei es, Jou et. al. zu Folge, vor allem der Gesichtsausdruck, der die wahrgenommene Emotion der Rezipient*innen beeinflussen kann. Dies kann dadurch erklärt werden, dass Menschen einen Großteil ihrer Emotionen über das Gesicht ausdrücken und auch wahrnehmen.³⁷¹ Tolins und Samermit beschreiben hierzu: „[F]acial expressions act as broad social signals that temper the valence of a message, coordinating stance towards the content of the conversation.“³⁷² Dieser Fokus auf bestimmte Gesichtszüge und -regungen, um Emotionen wahrnehmbar zu machen, beziehungsweise diese in den Vordergrund der Wahrnehmung zu rücken, erinnert auch stark an

³⁶³ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 6-7.

³⁶⁴ Vgl. Uhlin, 2014, S. 519; Vgl. auch: Grădinaru, 2016, S. 83.

³⁶⁵ Vgl. Newman, 2016, S. 2.

³⁶⁶ Hautsch, 2018, Absatz [4.2].

³⁶⁷ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 6.

³⁶⁸ Vgl. Jou/Bhattacharya/Chang, 2014, S. 215.

³⁶⁹ Vgl. Uhlin, 2014, S. 523.

³⁷⁰ Soegito, 2019, S. 285.

³⁷¹ Vgl. Jou/Bhattacharya/Chang, 2014, S. 216.

³⁷² Tolins/Samermit, 2016, S. 77.

Ausführungen zum filmischen Close-Up, wie Béla Balázs beschreibt: „[W]ir sehen nur *einen* Ausdruck. Wir sehen Empfindungen und Gedanken. Wir sehen etwas, was nicht im Raume ist.“³⁷³ Auch Mieke Bal zieht in diesem Sinne, in dieser Entfernung von jeglichem Raum und jeglicher Zeit, Verbindungen zwischen Memes und GIFs und dem Effekt von Großaufnahmen: „A close-up immediately cancels out the whole that precedes it, leaving us alone, thrown out of linear time, alone with a relationship to the image that is pure affect.“³⁷⁴ Die besondere affektive Wirkung wird hier klar hervorgehoben und betont. Im Gegensatz zu Close-Ups im Kino, arbeiten GIFs und Memes ohne das „Ganze“, es gibt keine fortlaufende Narration, gegen die das Close-Up gegenübergestellt werden kann.³⁷⁵ Die Betrachtenden sind demnach, mit den Worten Bals, allein gelassen mit der wahrgenommenen Emotion, die sie durch das Bild erfahren, sowie allein gelassen mit ihren Assoziationen und Bedeutungen, die sie daraus erkennen, wie auch Balázs weiter passend beschreibt:

„Wenn uns aber ein Gesicht allein und groß gegenübersteht, so denken wir an keinen Raum, an keine Umgebung mehr. [...] Denn das Gesicht wird Ausdruck und Bedeutung auch ohne hinzugedachte räumliche Beziehung. [...] Denn der Ausdruck ist auch ohne Begründung da. Er wird nicht erst durch die hinzugedachte Situation überhaupt zu einem Ausdruck.“³⁷⁶

Die emotionalen Informationen, die das Bildliche vermitteln kann, werden, vor allem beim Meme, dass aus statischen Bildern besteht, durch ausdrucksvolle Gesichtsexpressionen, sowie der linguistischen Nachricht, die diese kontextualisiert, erzeugt. Die Konzentration der Betrachtenden liegt hier direkt auf dem Abgebildeten, auf dem jeweiligen affektiven Ausdruck des Gesichtes, sowie dem Zusammenspiel mit der textuellen Komponente. Die affektive Wirkung, das heißt die Funktion des Memes als Marker für Emotion und Affekt, kann somit durch gezielt eingesetzte Screenshots, Fotografien oder Zeichnungen von bestimmten Gesichtsexpressionen, vorrangig in Großaufnahme, zusammen mit dem jeweiligen Text, der diese kontextualisiert, hervorgebracht werden.

Memes entstehen, wie bereits erwähnt, oft als Reaktion auf ganz bestimmte Ereignisse oder Situationen, und bieten eine Möglichkeit für sofortiges Kommentar zu diesen aktuellen Geschehnissen. Anstatt die Gegebenheiten und die jeweilige, womöglich überaus komplexe, emotionale Reaktion darauf lang und breit erklären zu müssen, stützen sich Memes auf herausstechende, ausdrucksvolle, visuelle Repräsentationen. Dabei verlassen sich die Meme-Macher*innen auf andere, die Gesichtsexpressionen zu erkennen und entsprechend zu

³⁷³ Balázs, Béla, *Der Geist des Films*,⁴ Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2001, S. 17.

³⁷⁴ Bal, Mieke, „Exhibition as Film“, in: Sharon, Macdonald/Paul, Basu (Hg.): *Exhibition Experiments*, Oxford: Blackwell Publishing, 2007, S. 81, zit.n. McKay, 2018.

³⁷⁵ Vgl. McKay, 2018.

³⁷⁶ Balázs, *Der Geist des Films*, 2001, S. 16.

interpretieren.³⁷⁷ Für die meisten Meme-Betrachter*innen ist es dabei, widerhallend Balázs Aussage, nicht notwendig den genauen Kontext des Original-Bildes zu kennen, um das Meme zu verstehen. Stattdessen wird der emotionale Standpunkt, der durch das Meme ausgedrückt wird, dem*der Meme-Ersteller*in zugeschrieben. Das Meme macht sich dabei bestimmte Erfahrungen der Betrachtenden zu Nutze, die diese bereits hatten oder die sie sich leicht vorstellen können. Dieses Teilen, beziehungsweise das gemeinsame Empfinden eines emotionalen Standpunktes von Meme-Macher*in und -Betrachter*in sei, Dancygier und Vandelanotte zu Folge, der eigentliche Sinn von Memes.³⁷⁸ Solche Memes seien demnach eine Möglichkeit, neben Emotionen, auch bestimmte Erfahrungen mit anderen zu teilen,

„as it is not likely that meme makers consider such situations as abstract; on the contrary, it is possible that events in one’s daily life prompt the need to share frustrations, and perhaps elicit understanding from other social media users. Shared sentiments about life’s small daily annoyances are part of the intersubjective power of memes, addressed to groups of users whose life- styles and expectations may be similar.“³⁷⁹

Dieser soziale Faktor des gemeinsamen Austausches mit Gleichgesinnten, der bereits in den Kapiteln drei und vier als Charakteristik von Memes und GIFs angeführt wurde, ist somit auch in der Ausführung bestimmter Funktionen von Memes und GIFs, und vor allem im Kontext von Fandoms, von zentraler Bedeutung. Die Solidarität und Gemeinschaft, die dadurch entstehen kann, bildet ebenso einen wichtigen Aspekt in beiden noch folgenden Funktionen, jenen der Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom und, vor allem, in der Funktion als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung.

Körper/Geste/Embodied Action

Die Besonderheit von GIFs liegt, unter anderem, darin, dass sie, im Gegensatz zu den statischen Memes, aus sich bewegenden Sequenzen bestehen. GIFs haben so die einzigartige Fähigkeit körperliche Handlungen und Regungen in ihrer Ganzheit einzufangen und zu isolieren.³⁸⁰ Huber beschreibt, nach Hagman, den Inhalt des GIFs folglich als Geste, und erklärt dabei weiter, dass die Bewegung zwar von einer größeren Narration getrennt sei, jedoch trotz alledem, durch dieses Ausstellen einer spezifischen Geste, eine ganz bestimmte Bedeutung vermittelt werden kann.³⁸¹ Im Besonderen ist es auch hier das Genre des Reaction-GIFs, das sich als Ausdrucksweise der jeweiligen Emotion der User*innen etabliert hat. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass hier vorrangig emotionale, affektive und körperliche Reaktionen eingefangen und dargestellt

³⁷⁷ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 594.

³⁷⁸ Vgl. Ibid., S. 589.

³⁷⁹ Ibid.

³⁸⁰ Vgl. Huber, 2015.

³⁸¹ Vgl. Ibid.

werden.³⁸²

Reaction-GIFs richten die Aufmerksamkeit auf eine einzelne Handlung, eine Geste, ein Gefühl oder eine bestimmte körperliche Reaktion³⁸³, wie Brown beschreibt: „Instead of being a stagnant image, the GIFs ‚claim‘ an important fluctuating aspect, specifically an emotion, and emphasize only that [...]“.³⁸⁴ Der Zusatz von Bewegung im GIF lässt viele der gewählten ausdruckshaften Gesten und Expressionen noch stärker wirken. Im Vergleich zu statischen Memes sind es demnach vor allem GIFs, die in dieser Funktion als Marker für Emotion und Affekt auftreten. GIFs können, durch die größere Bandbreite, der sich bewegenden Expressionen und der Ähnlichkeit zu realen Szenarien, auch komplexere Emotionen vermitteln.³⁸⁵

Die Verwendung des GIFs als Marker des emotionalen und/oder affektiven Zustandes der Benutzer*innen kann dabei, Tolins und Samermit zu Folge, auf zwei wesentliche Arten fungieren. Zunächst kann das GIF dafür verwendet werden eine affektive Reaktion des*r User*in verkörperlicht darzustellen.³⁸⁶ Hierbei wird die emotionale Reaktion zu etwas Vorangegangenen, wie Kommentaren, Beiträgen oder Geschehnissen, durch die spezifischen Handlungen, das heißt Gesten, Körperhaltungen und/oder Gesichtsausdrücke, die im GIF dargestellt sind, übermittelt.³⁸⁷ GIFs, die für diesen Zweck gepostet werden, zeigen demnach vorrangig affektgeladene Gesten, und dienen so der Demonstration der Haltung und/oder Reaktion des*r Benutzers*in hinsichtlich des vorangegangenen Inhaltes oder der spezifischen kontextbezogenen Thematik, die zur Diskussion steht.³⁸⁸

Diese Funktion ist klar ersichtlich durch die meist alleinstehende Position des Artefaktes in der Konversation. Keine weitere linguistische, beziehungsweise textuelle Nachricht wird in diesen Fällen als zusätzliche Erklärung oder Kontextualisierung hinzugefügt.³⁸⁹ Das GIF allein muss hier aussagekräftig genug sein den Standpunkt des*der Users*in, via der im GIF ausgeführten Handlungen oder Expressionen, dazustellen. Die Emotionen oder die affektiven Zustände, die hier durch das GIF vermittelt werden, beziehen sich dabei direkt auf die vorangegangene Nachricht, beziehungsweise den jeweiligen Diskurs.

³⁸² Vgl. Huber, 2015.

³⁸³ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 5.

³⁸⁴ Brown, 2012, S. 8.

³⁸⁵ Vgl. Jiang, Jialun „Aaron“/Jed R., Brubaker/Casey, Fiesler, „Understanding Diverse Interpretations of Animated GIFs“, *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, Denver, USA: Association for Computing Machinery 2017, S. 1727.

³⁸⁶ Vgl. Tolins/Samermit, 2016, S. 78.

³⁸⁷ Vgl. Ibid.

³⁸⁸ Vgl. Ibid.

³⁸⁹ Vgl. Ibid., S. 79.

Zusätzlich zu dieser Nutzung, als Reaktion auf vorangegangene Inhalte, können GIFs auch als sogenannte „Co-Speech“-Geste³⁹⁰ agieren, wobei sie die im Text beschriebenen Handlungen und Szenarien visuell ausführen, beziehungsweise inszenieren und demonstrieren.³⁹¹ Im Gegensatz zu der Nutzung als Reaktion, in der die Artefakte, wie bereits beschrieben, meist als isolierter Beitrag stehen, werden GIFs als Co-Speech-Geste in Kombination mit einem textuellen Beitrag gepostet. Die Artefakte werden so als Elaboration der eigenen Argumente oder Aussagen verwendet. GIFs als Co-Speech-Geste inszenieren demnach entweder emotionale Inhalte oder bestimmte Geschehnisse und Handlungen, die im Text erwähnt wurden.³⁹²

Über die Darstellung von Emotion hinweg kann der Körper im GIF demnach auch dazu verwendet werden ein bestimmtes Verhalten und bestimmte Verhaltensweisen zu demonstrieren und zu inszenieren.³⁹³ Tolins und Samermit beschreiben GIFs folglich als Simulakrum von persönlicher, „face-to-face“-Kommunikation. Demnach seien sie dafür gemacht, Emotionen und/oder bestimmte Aktionen und Handlungen stellvertretend darzustellen, die in offline-Situationen keinerlei Demonstration benötigen würden.³⁹⁴ Es werden hier die Körper anderer Menschen verwendet um eigene körperliche Haltungen und Reaktionen, via der dargestellten Gestik und Mimik, zu inszenieren.³⁹⁵ Tolins und Samermit bezeichnet GIFs in diesem Sinne weiters als eine Art Reenactment: „In producing the actions of others as demonstrations attributable to oneself, the use of GIFs can be analyzed as a novel form of reenactment, making embodied resources available [...] to create meaning in a way that was previously limited”³⁹⁶

Bewegung

Auch die Spezifität der GIF-Bewegung hat starke Auswirkungen auf die affektive Wirkung: Das Ziel des GIFs ist es so wenig Frames wie möglich einzusetzen, sodass die Datei-Größe klein und folglich die Download-Zeit gering bleibt. Dies führt oft zu ruckhaften Lücken zwischen den Frames, die die Aufmerksamkeit der Zuschauenden für sich beanspruchen, wie McKay beschreibt: „When watching this jerky motion, the viewers brain becomes actively engaged in the perceptual process, working to fill in the gaps in the action, creating a sense of motion that is never quite seamless, and thus never quite complete as an illusion.”³⁹⁷ Dies erinnert stark an Blairs Ausführungen zu dem rhetorischen Begriff des *Enthymems*, das Huntington in ihrer Dissertation

³⁹⁰ Tolins/Samermit, 2016, S. 78.

³⁹¹ Vgl. Tolins/Samermit, 2016, S. 78.

³⁹² Vgl. Tolins/Samermit, 2016, S. 78.

³⁹³ Vgl. Ibid., S. 77.

³⁹⁴ Vgl. Ibid.

³⁹⁵ Vgl. Grădinaru, 2016, S. 85.

³⁹⁶ Tolins/Samermit, 2016, S. 87.

³⁹⁷ McKay, 2018.

hinsichtlich rhetorischer Praktiken von Memes anführt. Bei Enthymemen werden die Betrachter*innen von der Konstruktion des Arguments angezogen und in diese miteingebunden, indem sie kognitive Verbindungen herstellen müssen, um die unausgesprochene Prämisse des Bildes zu vervollständigen.³⁹⁸ Aumont und Pajackowska beschreiben dies nach den „Gesetzen“ der Gestalttheoretiker als Gesetz der Kontinuität, das besagt, dass bei einer unvollständigen Form eine natürliche Tendenz dazu gegeben ist, diese als komplett zu sehen.³⁹⁹ Endreß beschreibt hierzu: „Auch das Sehen eines Bildes ist ein Prozess – wir ‚lesen‘ Bilder mit den Augen. [...] [B]ei Bildern, die eine Handlung abbilden, setzt sich diese im Erinnerungsbild fort. [...] Das heißt also, wir assoziieren kausale und temporale Strukturen [...]“⁴⁰⁰ Das bedeutet, dass in GIFs durch die Bewegung und Spezifität dieser Bewegung, solch ein kognitiver Prozess der Vollendung der Prämisse angeregt werden kann.⁴⁰¹ Die ruckhafte Bewegung zieht die Aufmerksamkeit der Betrachtenden auf sich und unterbricht gleichzeitig ständig die Formung einer vollständigen Illusion. Nach Massumi geht es bei Affekt auch um bestimmte Unterbrechungen im Fluss des Lebens. Es gehe um Schocks, die er als Veränderungen im Fokus oder ein Rascheln am Rande des Sichtfeldes beschreibt, dass die Aufmerksamkeit, den Blick, darauf lenkt. Durch diese Veränderungen, durch jede Verschiebung der Aufmerksamkeit ergebe sich eine Unterbrechung, ein flüchtiger, augenblicklicher Schnitt in dem Modus der fortlaufenden Richtung unseres Lebens.⁴⁰² Affektive Intensität sei demnach, nach Massumi, beschreibbar als „state of suspense, potentially of disruption.“⁴⁰³ Bei GIFs erweitern die Lücken zwischen den Frames, McKay zu Folge, diese affektive Spannung. Die Lücken sind klein genug, um Bewegung anzudeuten, jedoch groß genug, um eine wahrnehmbare Leerstelle zu erzeugen, was wiederum bedeutet, dass hier genug Zeit gegeben wird, dass Affekt und emotionale Empfindungen wirkungsvoll greifen können.⁴⁰⁴

Es ist dabei gänzlich dem*der Zuschauer*in überlassen, wie lange er*sie sich mit einem bestimmten Artefakt beschäftigt. Hierbei sei es, McKay zu Folge, der Wert der affektiven Erfahrung allein, das heißt die neurologischen Gegenleistungen, die durch das Ansehen erhalten werden können, die die Kriterien fürs Verweilen oder Weiterscrollen bilden.⁴⁰⁵

³⁹⁸ Vgl. Huntington, 2017, S. 21.

³⁹⁹ Vgl. Aumont/Pajackowska, 1997, S. 48.

⁴⁰⁰ Endreß, 2019, S. 53.

⁴⁰¹ Vgl. McKay, 2018.

⁴⁰² Vgl. Massumi, Brian, „Keywords of Affect“, in: Brian, Massumi, *The Power at the End of the Economy*, Durham: Duke University Press 2015, <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9780822375814/html> [12.01.2021], S. 107.

⁴⁰³ Vgl. Massumi, Brian, „The Autonomy of Affect“, in: *Parables for the Virtual. Movement, Affect, Sensation*, Durham/London: Duke University Press, 2002, S. 26, zit.n. McKay, 2018.

⁴⁰⁴ Vgl. McKay, 2018.

⁴⁰⁵ Vgl. Ibid.

Nicht nur die Art der Bewegung hat hier starke Auswirkungen, auch die Eigenschaft der Schleifung selbst hat starkes affektives Potential.⁴⁰⁶ Wie bereits in Kapitel vier beschrieben, verstärkt der Loop die jeweilige Szene. So werden auch die Emotionalität oder die affektiven Faktoren des GIFs durch den Loop der jeweiligen Sequenz verstärkt. Diese Schleifung wiederholt die affektive Geste, den Ausdruck, die Handlung, immer und immer wieder und kann die Zuschauenden so, Hickey zu Folge, in eine Art „temporal sink“⁴⁰⁷ versetzen, eine Zuflucht von der Zeit, in der nicht nur ein Bild, sondern ein kompletter und ganzheitlicher Moment bewahrt wird.⁴⁰⁸ Die machtvoll affektive Eigenschaft des Loops verstärkt die Wahrnehmung und das Bewusstsein der Zuschauenden und hebt all jenes stärker hervor, was sich bewegt, das heißt auch die bewusste Vermittlung von Bedeutung, das bewusste Kommunizieren via der visuellen Modalität.⁴⁰⁹

Nach Aumont/Pajackowska ist in diesem Zusammenhang auch die räumliche Beziehung des Zuschauenden zum Bild fundamental.⁴¹⁰ Bei Memes und GIFs ist die Distanz zum Artefakt, das heißt der Raum zwischen dem Gesicht und dem Monitor oder anderen Bildschirmen, sehr eng. GIFs und Memes sind, in diesem Sinne, mit den Worten McKays, gleichzeitig „in your face and in your mind.“⁴¹¹ Affektive/emotionale Vermittlung kann somit, auch durch das Nähe-Distanz-Verhältnis, das sich, in diesem Fall, folglich durch extreme Nähe auszeichnet, besonders stark wirken.

Schließlich hat auch die Herkunft des verwendeten Materials enorme Auswirkungen auf die emotionale Wirkung. Trotz der Tatsache, dass der Original-Kontext des Materials in dieser Funktion von Memes und GIFs vom Betrachtenden nicht notwendigerweise erkannt, beziehungsweise bekannt sein muss, um die emotionalen Marker zu verstehen, hat dieser Original-Kontext doch auf all jene, die ihn kennen und erkennen starke Auswirkung. Memes und GIFs verwenden meist ganz spezifisches, wiedererkennbares Material, das in bestimmten Diskursen und in bestimmten Kreisen, wie Fandoms und anderen Online-Räumen und -Gemeinschaften, von Bedeutung ist.⁴¹² Hinsichtlich bestimmter Gruppen-Zugehörigkeiten oder Identifikationen, wie beispielsweise einer Religion, Ethnizität, oder eben auch einem Fandom, trägt bestimmtes Bildmaterial bereits starkes affektives Gewicht mit sich.⁴¹³ Die Verwendung, und darauffolgend

⁴⁰⁶ Vgl. Hickey, 2015, S. 9.

⁴⁰⁷ Ibid., S. 9-10.

⁴⁰⁸ Vgl. Ibid.

⁴⁰⁹ Vgl. Ibid., S. 10.

⁴¹⁰ Vgl. Aumont/Pajackowska, 1997, S. 105.

⁴¹¹ McKay, 2018.

⁴¹² Miltner/Highfield, 2017, S. 6.

⁴¹³ Vgl. Huntington, 2017, S. 53.

die Wiedererkennung, bedeutsamer Bilder, Sequenzen und Momente, kann für die Mitglieder dieser spezifischen Gemeinschaften verbindend und vereinigend wirken.

Das GIF ist daher nicht nur ein Proxy für den spezifischen affektiven oder emotionalen Zustand eines Individuums, es ist, durch die spezifische Auswahl des Bildmaterials und die spezifische Zusammensetzung, vor allem auch eine Illustration des eigenen Wissens über ein bestimmtes Fan-Objekt oder zu einem spezifischen kulturellen Diskurs.⁴¹⁴ Der*die User*in kann durch diese spezifische Zusammensetzung und den spezifischen Einsatz des Artefaktes sein*ihr Wissen und seine*ihre Leidenschaft mit dem Fan-Objekt, und folglich auch die Zugehörigkeit und Verbundenheit zu dem spezifischen Fandom, ausdrücken. Auf diese Weise können Memes und GIFs, neben der Demonstration und Kennzeichnung des emotionalen und affektiven Zustandes, auch als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom dienen, wie im Folgenden genauer dargestellt wird.

⁴¹⁴ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 6-7.

6.2. Memes und GIFs als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom

„They tap into our thirst for [...] showing off our knowledge of pop culture [...]“⁴¹⁵

Einer der Haupt-Aufgaben die Internet-Memes und GIFs in gegenwärtiger digitaler Kultur zukommen, sei, Nissenbaum und Shifman zu Folge: „[F]orming and signifying communal belonging“.⁴¹⁶ Memes und GIFs werden von Teilnehmer*innen einer bestimmten Gemeinschaft, eines bestimmten Fandoms, kreiert und geteilt und weisen dadurch häufig Muster von spezifischem Wissen dieser Gemeinschaft, sowie kollektiver Identität in ihren Inhalten auf.⁴¹⁷ DeCook beschreibt hierzu passend: „They are a reflection of the cultural spaces from which they emerge“.⁴¹⁸ Memes und GIFs sind demnach oft reich an kulturellem Wissen und Referenzen, die für Mitglieder einer Gruppe Sinn machen, jedoch womöglich nicht für andere.⁴¹⁹ Teilnehmer*innen müssen Referenzen begreifen und richtig verstehen können, um die tiefere Bedeutung, die tatsächliche Aussage, des Artefaktes freizulegen.⁴²⁰ Außenstehende dieser Gemeinschaften haben oft Schwierigkeiten damit, die tiefere Aussage oder den intendierten Humor vieler dieser GIFs oder Memes zu verstehen.⁴²¹

Wie bereits erwähnt, werden häufig Momente und Sequenzen für die Meme- und GIF-Erstellung herangezogen, die für das Fandom von Bedeutung sind, beziehungsweise sich für den jeweiligen angestrebten rhetorischen und/oder strategischen Zweck eignen. Fans greifen dabei nicht nur auf intradiegetisches Material der Serie oder des Films selbst zurück, sondern verbinden und rekontextualisieren dieses in ihrer transformativen, kreativen Arbeit auch oft mit extradiegetischem Material. Dieses stammt beispielsweise von Interview-Clips oder Behind-The-Scenes-Aufnahmen, sowie Social-Media-Posts der Schauspieler*innen oder auch Award-Show-Auftritten.⁴²² Das Archiv, aus dem die Fans in der Erstellung dieser Artefakte schöpfen können, ist scheinbar grenzenlos. Der*die User*in muss dabei jedoch einen gewissen Grad an Wissen zu dem Fan-Objekt haben, um die bedeutsamen und rhetorisch-effektiven Momente aus dem Ganzen auch finden zu können und entsprechen zu (re-)kontextualisieren. Das Verständnis spezifischer Fandom-Referenzen und intertextueller Bezüge verbindet und vereint die jeweilige Fandom-Gemeinschaft miteinander. Es wird verstanden, was gemeint ist und was das Besondere an dieser Szene, diesem Moment, dieser Geste ist, beziehungsweise, wieso diese spezifische

⁴¹⁵ Myers, Justin, in: Arwa, Haider, „How the GIF Won the Internet“, BBC, 2017, <https://www.bbc.com/culture/article/20170825-how-the-gif-won-the-internet> [21.02.2021].

⁴¹⁶ Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 485.

⁴¹⁷ Vgl. DeCook, 2018, S. 489.

⁴¹⁸ Ibid., S. 486.

⁴¹⁹ Vgl. Ibid., S. 489.

⁴²⁰ Vgl., Milner, „Media Lingua Franca“, 2013, S.2.

⁴²¹ Vgl. Knobel/Lankshear, 2007, S. 217.

⁴²² Hautsch, 2018, Absatz [2.6].

Zusammensetzung und Referenz so humorvoll ist. Der gekonnte, kreative Einsatz von Fandom-spezifischem Material kann den*die Poster*in dadurch als dem spezifischen Fandom zugehörig ausweisen und markieren.

Die Verwendung eines SHADOWHUNTERS-GIFs oder -Memes, sowie, vor allem, die Erkennung und Identifizierung der Referenzen kann demnach vermitteln, dass jemand ein SHADOWHUNTERS-Fan ist und mit den Worten von Hautsch, einer größeren Gemeinschaft von Fans zugehörig ist „who also get it“.⁴²³ Während demnach non-fans Fandom-spezifische GIFs und Memes interpretieren und anwenden können, vor allem wenn es um die Vermittlung einer emotionalen Reaktion geht, fehlt es ihnen hierbei jedoch an notwendigem Kontext, bestimmte Konnotationen und Bedeutungen zu verstehen, die von Fans wahrgenommen werden. Da sich Fans darauf verlassen können, dass andere Fans das notwendige Wissen, demnach einen gewissen Grad an kulturellem Kapital, besitzen, verwenden sie diese Artefakte häufig dazu, Insider-Witze und komplexere interpretative Argumentationen zu gestalten. Dieses rhetorische Spiel von Seiten der Fans ist eine Weise wie sie sich als Teil des Fandoms kennzeichnen, während sie dadurch gleichzeitig all jene exkludieren, die dies nicht sind. Nur andere Fans können diese intertextuelle, spielerische Verwendung des Materials, demnach die tiefere Bedeutung des GIFs oder Memes verstehen.⁴²⁴ Diese Beobachtung ist von zentraler Bedeutung und wird im anschließenden Kapitel, zur Funktion als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung, wieder aufgegriffen. Memes und GIFs bilden so, zusammen mit dem überaus sozialen und gemeinschaftlichen Charakter dieser Artefakte, eine Möglichkeit, in einer Online-Gemeinschaft eine gemeinsame Kultur zu etablieren. Sie seien, DeCook zu Folge, sogar überaus machtvoll in dem Aufbau einer kollektiven Identität.⁴²⁵

Die tiefgreifende Verbindung zwischen Memes und der Kultur einiger Online-Gemeinschaften bedeutet demnach, dass sie als Marker, beziehungsweise Kennzeichen für Mitgliedschaft fungieren können. Sie können in ihrer Verwendung Unterschiede zwischen Gruppen-Mitgliedern und Außenstehenden anzeigen. In diesem Sinne erweisen sich Memes, Nissenbaum und Shifman zu Folge, als Formen von kulturellem Kapital⁴²⁶, indem sie eine kulturelle Basis darstellen, die den*die Kommentierende*n oder User*in als Teil der Gemeinschaft kennzeichnet.⁴²⁷

Die Verbindung zwischen Pierre Bourdieus Konzept von kulturellem Kapital und den Dynamiken

⁴²³ Hautsch, 2018, Absatz [6.1].

⁴²⁴ Vgl. Ibid., Absatz [6.2].

⁴²⁵ Vgl. DeCook, 2018, S. 488.

⁴²⁶ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 485.

⁴²⁷ Vgl. Ibid., S. 497.

von Internet-Memes bezieht sich dabei sowohl auf den spezifischen Kurations-Prozess von Memes als auch die, genannten, sozialen Dynamiken, die diesen umgeben.⁴²⁸

Kulturelles Kapital

Kapital nach Bourdieu wirkt in sogenannten Feldern, das bedeutet dem sozialen Umfeld oder Kontext, der das tägliche Leben und Verhalten umgibt. Diese Felder umfassen Individuen oder Gruppen in verschiedenen Positionen, die, üblicherweise, darum kämpfen, symbolische Macht zu erhalten und demnach ihre Stellung verbessern wollen.⁴²⁹ Eine Position in der sich Fans und Fandoms seit jeher wiederfinden.

Nach Bourdieus Konzept können in jedem kulturellen Feld verschiedene Level an sozialem Kapital (Wen du kennst), kulturellem Kapital (Was du weißt) und symbolischem Kapital, von Bourdieu als „prestige, reputation, fame“⁴³⁰ beschrieben, erreicht werden.⁴³¹ Dabei beziehen sich die Regeln von den verschiedenen Feldern (und das Kapital, das man in diesen erreicht) ausschließlich auf dieses Feld und haben, üblicherweise, keinen Zusammenhang zu den allgemeinen Regeln der Gesellschaft.⁴³² Auf dem einfachsten Level bezieht sich Kapital, nach Bourdieus Auffassung, auf Ressourcen, die verwendet werden, um eine bestimmte soziale/gesellschaftliche Stellung oder Status zu erreichen und zu erhalten. Darunter fallen beispielsweise Bildung, soziale Beziehungen und bestimmte Fähigkeiten.⁴³³ Kulturelles Kapital teile sich dabei grundlegend in drei „Erscheinungsformen“.⁴³⁴ Die „inkorporierte Form“⁴³⁵ („*embodied state*“⁴³⁶) steht für das Wissen und die Fähigkeiten, die ein Individuum besitzt, beziehungsweise sich erarbeitet hat.⁴³⁷ Die „objektivierte Form“⁴³⁸ („*objectified state*“⁴³⁹) kulturellen Kapitals drückt sich durch kulturelle Güter, wie Bilder, Bücher, Maschinen, etc. aus,⁴⁴⁰ und die „institutionalisierte Form“⁴⁴¹ („*institutionalized state*“⁴⁴²) steht für tatsächliche

⁴²⁸ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 486.

⁴²⁹ Vgl. Ibid.

⁴³⁰ Bourdieu, Pierre, *Sociology in Question*, übersetzt v. Nice, R., London: Sage, 1993, S. 162, zit.n. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 486.

⁴³¹ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 486.

⁴³² Vgl. Ibid.

⁴³³ Vgl. Ibid.

⁴³⁴ Hemminger, Elke, „Bourdieu, Pierre (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital“, in: Reinhard, Kreckel (Hg.): *Soziale Ungleichheiten*, Göttingen: Schwartz, 1983, S. 76.

⁴³⁵ Ibid.

⁴³⁶ Soroka, Vladimir /Sheizaf, Rafaeli, „Invisible Participants. How Cultural Capital Relates to Lurking Behavior“, *Proceedings of the 15th International Conference on World Wide Web*, New York: Association for Computing Machinery, 2016, <http://doi.org/10.1145/1135777.1135806> [26.11.2020], S. 165.

⁴³⁷ Vgl. Ibid.

⁴³⁸ Hemminger, „Bourdieu, Pierre (1983)“, 1983, S.76.

⁴³⁹ Soroka/Rafaeli, „Invisible Participants“, 2016, S. 165.

⁴⁴⁰ Vgl. Ibid.

⁴⁴¹ Hemminger, 1983, S. 76.

⁴⁴² Soroka/Rafaeli, 2016, S. 165.

Dokumente und andere Beweise kulturellen Status, wie Titel oder Abschlüsse.⁴⁴³

Wird in dieser Arbeit folgend von kulturellem Kapital gesprochen, ist inkorporiertes kulturelles Kapital gemeint, da dieses, von den verschiedenen, eben beschriebenen, Arten an Kapital besonders relevant für das Phänomen von Internet-Memes und GIFs ist. Dieses Kapital benötigt vor allem Zeit und Beschäftigung mit dem jeweiligen Umfeld für seine Akkumulation.⁴⁴⁴

Kulturelles Kapital umfasst in diesem Sinne den Grad an kulturellem Wissen, das Individuen in bestimmten Gemeinschaften besitzen, beziehungsweise erreichen können.⁴⁴⁵ Kulturelle Gegenstände, Begriffe, Referenzen und Codes zu erkennen, zu verstehen, beziehungsweise richtig interpretieren zu können, sowie die Fähigkeit diese auch eigenständig auszuführen, generiert Respekt und Status von jenen im sozialen Umfeld, hier dem Fandom.⁴⁴⁶ Kulturelles Kapital bezieht sich im Fandom-Bereich, McCudden zu Folge, auf „*creativity, exclusive knowledge, knowledge of content outside of the text [...] quantity of knowledge, and the ability to quote the text.*“⁴⁴⁷ Die tiefgründige und ausführliche Beschäftigung mit und Leidenschaft für ihr Fan-Objekt, sowie der rege Austausch darüber untereinander in der Gemeinschaft, erlaubt es den Fans jeweils unterschiedliche Grade an kulturellem Kapital im Kontext der spezifischen Gemeinschaft zu erreichen. Dieses kann dann durch spezifischen Einsatz von Memes und GIFs zur Schau gestellt werden, was einerseits Anerkennung und Respekt von der Gemeinschaft bringen kann und andererseits den eigenen Status als Fan, als Teil dieses Fandoms, markiert.

Die Auswahl und Darstellung eines bestimmten GIFs oder Memes kann somit als Illustration oder Performance des Wissens über den jeweiligen Inhalt, das heißt beispielsweise die Serie, beziehungsweise den kulturellen Diskurs, angesehen werden.⁴⁴⁸ Dabei spielen Fans oft gekonnt mit den verschiedenen Bedeutungsebenen, sowohl vom Original-Material als auch dem neuen Kontext, in dem das Bild oder die Sequenz verwendet wird.⁴⁴⁹ Der kreative, transformative Umgang von Fans mit dem Material, sowie deren oft enzyklopädisches Wissen über ihr Fan-Objekt, demnach das Quell-Material der Memes oder GIFs, erlaubt es ihnen diese Momente in ihrem rhetorischen Spiel zu verwenden.⁴⁵⁰ Dieses, oft ironische, Spiel zwischen den verschiedenen Bedeutungsebenen, das heißt dem Original-Kontext und dem neuen Kontext, in dem das Material verwendet wird, bedarf einer spezifischen Form von Expertise. Es bedarf einer spezifischen Form

⁴⁴³ Vgl. Soroka/Rafaeli, 2016, S. 165.

⁴⁴⁴ Vgl. Hemminger, 1983, S. 76.

⁴⁴⁵ Vgl. DeCook, 2018, S. 489.

⁴⁴⁶ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 486.

⁴⁴⁷ McCudden, Michelle L., „Degrees of Fandom. Authenticity & Hierarchy in the Age of Media Convergence“, Diss., University of Kansas, 2011, S. 86.

⁴⁴⁸ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 6.

⁴⁴⁹ Vgl. Huber, 2015.

⁴⁵⁰ Hautsch, 2018, Absatz [3.5].

von kultureller Belesenheit („subcultural literacy“⁴⁵¹), hier auch verstanden als kulturelles Kapital, wie Nissenbaum und Shifman beschreiben: „[K]nowledge of memes was translated into capital, [...]“.⁴⁵² Zudem bedarf es auch der Fähigkeit massenmediales Material zu re-interpretieren und neu zu gestalten.⁴⁵³ Nissenbaum und Shifman nennen dies, in Bezug auf Memes, daher auch „Meme literacy“⁴⁵⁴, was, ihnen zu Folge, vor allem Mitgliedschaft zu einer bestimmten Gemeinschaft, beziehungsweise auch dem breiter gefassten Meme-Diskurs anzeige und kennzeichne.⁴⁵⁵

Benutzer*innen, die solche Artefakte kreieren, posten diese nicht willkürlich, sondern adressieren damit eine spezifische, vertraute Gemeinschaft.⁴⁵⁶ Das Teilen dieser spezifisch kreierten Artefakte verbindet diese Gemeinschaft dabei immer mehr, denn, wie Nissenbaum und Shifman beschreiben, „[t]he language, shared by a group of people in the know sends a constant signal of affiliation“.⁴⁵⁷ Durch die Verwendung eines Memes oder GIFs, dessen intertextuelle Ebenen nur andere Fans verstehen, weist sich der* die User*in als Teil des Fandoms aus und zeigt gleichzeitig seinen*ihrn Grad an kulturellem Kapital in dieser Gemeinschaft. In diesem Sinne sind Internet Memes und GIFs eine Möglichkeit kulturelle Identität und kulturelles Kapital in einem bestimmten digitalen Raum zu validieren und zu bekräftigen. Die Auswahl und Präsentation von GIFs und Memes kann daher als Vorführung des jeweiligen Grades an kulturellem Wissen, an kulturellem Kapital in der Gemeinschaft, dem spezifischen digitalen Raum oder Diskurs angesehen werden.⁴⁵⁸

Basierend auf Bourdieu's Perspektive kann somit die kulturelle Kompetenz, Memes und GIFs getreu der Gemeinschafts-Normen verwenden zu können, den*die User*in als Teil der „in-group“ kennzeichnen⁴⁵⁹, wie auch Miltner und Highfield anschaulich beschreiben:

„[...] using a specific GIF is like a camp wink at the audience, the user demonstrating that they are aware of not only the conventions and styles at play but also the layers of constituted meaning assigned to certain texts. [...] Selecting and deploying an appropriate GIF enable particular meanings and interpretations to be made among communities and friendships [...]“⁴⁶⁰

Diese spezifischen Artefakte und Montagen, die von einer bestimmten Gemeinschaft, einem bestimmten Fandom, produziert und rezipiert werden, sind demnach nie frei im Raum stehend. Vielmehr sind sie eingeschlossen in und generiert von Netzwerken an geteilten und gemeinsamen

⁴⁵¹ Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 484.

⁴⁵² Ibid., S. 495.

⁴⁵³ Vgl. Huber, 2015.

⁴⁵⁴ Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 486.

⁴⁵⁵ Vgl. Ibid.

⁴⁵⁶ Vgl. Ibid., S. 485.

⁴⁵⁷ Ibid., S. 489.

⁴⁵⁸ Vgl. DeCook, 2018, S. 489.

⁴⁵⁹ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 235.

⁴⁶⁰ Miltner/Highfield, 2017, S. 7.

Interessen, Erfahrungen, Gewohnheiten, Weltansichten und Ähnliches, die Material, Events, Phänomene, Ikonen, kulturelle Artefakte, etc. aufgreifen und diese auf spezifische, idiosynkratische Weise verwenden.⁴⁶¹ Die dadurch vermittelten Nachrichten sind besonders für die betreffenden Fan-Gruppen bedeutungsvoll, auch wenn sie öffentlich im Internet hochgeladen werden.⁴⁶² Auf diese Weise kreiert der Akt der Reproduktion von Memes und GIFs eine Art unsichtbare Verbundenheit mit einer Gemeinschaft, beziehungsweise ein Gefühl von Mitgliedschaft.⁴⁶³ User*innen dieser Artefakte können somit ihre Verbindung zu der Gruppe, sowie auch zu einer breiteren Meme- und GIF-Kultur etablieren, indem sie ein Verständnis für und Wissen über die Normen von Meme- und GIF-Erstellung demonstrieren.⁴⁶⁴

Memes und GIFs verwenden, wie bereits angeführt, vorrangig Material von bekannten Filmen, Serien oder Video-Spielen und verlassen sich dabei für deren Wirkung häufig auf dieses Quell-Material. Trotz der Bearbeitung und Transformation dieses Original-Materials bleibt das Endprodukt doch mit diesem Original wesentlich verbunden.⁴⁶⁵ Wissen über dieses Ausgangsmaterial und den originalen Kontext des GIFs oder Memes kann für die Rezipient*innen zusätzliche Bedeutungsebenen oder Sinnebenen eröffnen, denn diese Artefakte sind, wie eben erwähnt, nie komplett von ihrem Original-Kontext entfernt. Hautsch beschreibt hierzu: „[A]lthough GIFs might be ‚fragmented from their original context‘, they are ‚still indexical to the original source‘.“⁴⁶⁶ Das verwendete Bildmaterial wird somit spezifisch ausgewählt und trägt dadurch vor allem für Mitglieder des Fandoms bereits eine eingeschriebene Bedeutung, und womöglich eine bestimmte Emotion, mit sich, wie Endreß beschreibt:

„[...] diese Bilder berühren nicht nur Vertrautes, sie sind vertraut, es handelt sich um Medienbilder, die der Betrachter – wenn auch in einem anderen Kontext – schon einmal gesehen hat [...] Diese Abbilder, die hier neu gerahmt werden, sind bereits Teil des Bildgedächtnisses des Betrachters und dort bereits verknüpft mit den sprachlichen Denkbildern, in deren Kontext sie in den Medien zuerst präsentiert wurden.“⁴⁶⁷

GIFs und Memes sind folglich in ihrer Verwendung, und vor allem Verbreitung, auf verschiedenen sozialen Netzwerken und Plattformen zwar dekontextualisierte Artefakte, aber ihr visuelles Coding verweist kontinuierlich zurück auf deren Quelle. Fan-Interaktionen via dieser Artefakte haben daher, Hautsch zu Folge, textuelle Ebenen, sowie inter- und metatextuelle Ebenen.⁴⁶⁸ Auch

⁴⁶¹ Vgl. Knobel/Lankshear, 2007, S. 220.

⁴⁶² Vgl. Soegito, 2019, S. 281.

⁴⁶³ Vgl. Shifman, 2014, S. 27-28.

⁴⁶⁴ Vgl. Huntington, 2017, S. 20.

⁴⁶⁵ Vgl. Uhlin, 2014, S. 519.

⁴⁶⁶ Brown, Katherine, „Everyday I’m Tumblin‘. Performing Online Identity Through Reaction GIFs“, Diss., School of the Art Institute of Chicago, 2012, S. 8, zit.n. Hautsch, 2018, Absatz [6.1].

⁴⁶⁷ Endreß, 2019, S. 48.

⁴⁶⁸ Vgl. Hautsch, 2018, Absatz [6.1].

wenn Fans, oder non-fans diese Artefakte, beispielsweise als Repräsentation ihrer emotionalen Reaktion verwenden, verweist das Bild oder die Sequenz, doch immer zurück zu dem Quell-Material, und tränkt es somit mit Bedeutungsebenen, die nur von anderen Mitgliedern des Fandoms wahrgenommen werden.⁴⁶⁹

Pastiche

Auch scheinbar sinnlose Meme-Inhalte, die keine tiefgehenden referenziellen Bedeutungsebenen enthalten, können dem wichtigen phatischen Zweck dienen, Gemeinschafts-Mitgliedschaft zu kennzeichnen.⁴⁷⁰ Katz und Shifman beschreiben solche Memes und GIFs mit dem Konzept von Pastiche.⁴⁷¹

Pastiche beschreibt ein künstlerisches Werk, das bestimmte Merkmale von einem vorherigen Werk offensichtlich, und oft spielerisch, imitiert, und dabei auch häufig Elemente verschiedener Stile mischt. In der Filmwissenschaft wird Pastiche verstanden als Imitation oder Amalgamation von Stilen und Motiven innerhalb eines Filmes, die von anderen Filmen oder kulturellen Artefakten genommen werden.⁴⁷² Wie Wulff beschreibt, wird auch „die Tatsache der Nachahmung selbst als ‚Pastiche‘ bezeichnet“.⁴⁷³

Übersetzt in die Welt von Memes spiegelt Pastiche Situationen wider, in denen Meme-Beispiele ein bestimmtes verbales oder visuelles Ausgangsmaterial wiedereinführen, für den alleinigen Zweck der spielerischen Beschäftigung. Pastiche-basierte Memes kennzeichnen eine Zugehörigkeit zu einer bestimmten populär-Kultur oder einer digitalen Kultur-orientierten Gemeinschaft. Diese Art von Pastiche spiegelt den Wunsch nach Austausch und Beschäftigung mit anderen, die dieselben Interessen haben, und auch dem spezifischen Fandom zugehörig sind, wider.⁴⁷⁴

Unabhängig von dem Grad der Komplexität der Memes und GIFs kann auch so eine bestimmte Fandom-Zugehörigkeit sowie gleichzeitig eine Zugehörigkeit zur Meme- und GIF-Kultur generell etabliert werden. Je höher der Grad an kulturellem Kapital in der spezifischen Gemeinschaft, desto genauer und tiefgreifender kann das jeweilige Artefakt von den Betrachtenden interpretiert, beziehungsweise von dem*r User*in gestaltet werden.

⁴⁶⁹ Vgl. Hautsch, 2018, Absatz [6.1].

⁴⁷⁰ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 235.

⁴⁷¹ Katz/Shifman, 2017, S. 834.

⁴⁷² Vgl. Kuhn, Annette /Guy, Westwell, „Pastiche“, in: *A Dictionary of Film Studies*, New York: Oxford University Press, 2020, <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780198832096.001.0001/acref-9780198832096-e-0517> [20.06.2021].

⁴⁷³ Wulff, Hans Jürgen, „Pastiche“, *Lexikon der Filmbegriffe*, o.D., <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/p:pastiche-2615> [20.06.2021].

⁴⁷⁴ Vgl. Katz/Shifman, 2017, S. 834.

Kultur in diesem Sinne ‚zu beherrschen‘ kann, wie bereits kurz zuvor erwähnt, Nissenbaum und Shifman zu Folge, auch eine Form der Abgrenzung sein, und dies hinsichtlich beider Bedeutungen des Wortes: Sich von etwas oder jemandem abgrenzen und als Ehrenzeichen dienend.⁴⁷⁵ Nach Nathan Hunt beschreibt Soegito hierzu: „[T]rivial fan knowledge is ‚used to create a sense of inclusion through shared knowledge, but they are also used to exclude outsiders, to produce and maintain the boundaries of the subculture‘“⁴⁷⁶ Auch Nissenbaum und Shifman zu Folge ist diese Belesenheit, dieses spezifische Insider-Wissen, nicht nur notwendig, um bestimmte Memes zu verstehen (und sich folglich als einer bestimmten Gruppe „in the know“ zugehörig zu markieren), sondern fungiert auch wesentlich als Gatekeeping-Tool.⁴⁷⁷

Die soziale Funktion von Memes (Vereinigung und Gemeinschaftlichkeit) hat demnach auch korrespondierende Funktionen, wie Abgrenzung und Grenzziehung, nach Shifman auch als „boundary work“ bezeichnet.⁴⁷⁸ Nissenbaum und Shifman beschreiben in ihrer Auseinandersetzung mit Memes als Kapital, die Funktion von Memes als „discursive weapons“.⁴⁷⁹ Memes und GIFs spielen demnach auch in der Definierung und Aufrechterhaltung kollektiver Identitäten und kultureller Grenzen eine Rolle.⁴⁸⁰ Der Akt der Grenzziehung ist vor allem im Kontext von Fandoms ein zentraler Aspekt, wie McCudden beschreibt: „Drawing distinctions is an important act for fan communities.“⁴⁸¹ Die Verbundenheit und Exklusivität Teil einer Gruppe zu sein, bemächtigt die Mitglieder und regt gleichzeitig dazu an, die Grenzen dieser Gruppe weiter zu wahren. Dafür werden im Online-Raum vermehrt Memes und GIFs herangezogen und eingesetzt. Dies war auch in der SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne zu beobachten.

Um diese Funktion von Memes und GIFs, als Bemächtigungsstrategie und Instrument der Grenzziehung, die, wie zu erkennen, auch stark mit vorhandenem Wissen, vorhandenem kulturellem Kapital, im Kontext einer spezifischen Fan-Gemeinschaft, sowie wesentlich der Art des eingesetzten Humors verbunden ist, geht es in folgendem Kapitel.

⁴⁷⁵ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 486.

⁴⁷⁶ Hunt, Nathan, „The Importance of Trivia. Ownership, Exclusion and Authority in Science Fiction Fandom“, in: M., Jancovich/A.L., Rebol/J., Stringer/A., Willis (Hg.): *Defining Cult Movies. The Cultural Politics of Oppositional Taste*, Manchester: Manchester University Press, 2003, S. 187, zit.n. Soegito, 2019, S.287.

⁴⁷⁷ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 485.

⁴⁷⁸ Vgl. Shifman, 2019, S. 47.

⁴⁷⁹ Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 484.

⁴⁸⁰ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 235.

⁴⁸¹ McCudden, „Degrees of Fandom“, 2011, S. 12.

6.3 Memes und GIFs als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung

Memes und GIFs können, sowohl in ihrem Aufbau, ihrer Ästhetik, als auch in ihrem Inhalt, und, damit verbunden, vor allem der Art des eingesetzten oder vermittelten Humors, als Bemächtigungsstrategie und/oder Instrument der Abgrenzung angesehen werden. Wie in Bezug auf den sozialen Charakter, beschrieben, sind Memes und GIFs „collectively created, circulated, and transformed by those who can engage with them“⁴⁸². Dieses Kollektiv ist dabei, Milner zu Folge, nicht unbedingt die ganze Welt und auch nicht immer egalitär, aber es ist offener als die Gatekeeping-Praktiken, die mit traditionellen Massenmedien in Verbindung gebracht werden.⁴⁸³

Aneignung

Der Akt der Meme- und GIF-Kreation beinhaltet eine Aneignung und Verwendung von Bildern und Sequenzen, meist von Film oder Fernseh-Programmen.⁴⁸⁴ Diese Tatsache ist, vor allem auch im Kontext der Fandom Studies, bedeutend, da Fans stets in einem grauen Bereich mit Material arbeiten, das ihnen nicht gehört und dessen Benutzung meist streng reguliert wird, wie Milner beschreibt: „Reappropriation is a persistent logic because media industries still control the bulk of media content. Working within a system they don't own, cultural participants have found new ways to express themselves [...]“⁴⁸⁵ Fans eignen sich so das bestehende Material, durch Transformation und Bearbeitung dieses Materials nach ihren Vorstellungen und für ihre Zwecke, an. Dies ist, rechtlich gesehen, nicht immer ohne Konsequenzen für den*die User*in.

Die Verwendung und Konsumation von Bildmaterial ist meist auf offizielle Vertriebskanäle beschränkt oder durch das gesetzliche Rahmenkonzept des Urheberrechts reguliert.⁴⁸⁶ Fans suchen daher stets nach neuen Wegen, um „ungestört“ ihren kreativen Fan-Praktiken nachgehen zu können. Memes und GIFs bieten hier, in den meisten Fällen, eine geeignete Möglichkeit, wie sich Fans mit dem Material ihres Fan-Objektes kreativ ausleben können. Die Produktion und Verbreitung von GIFs folge, nach Uhlin, keiner ökonomischen Motivation, außer indirekt, und deren Distribution bleibt relativ unbeschränkt.⁴⁸⁷

Das Urheberrecht umfasst diese Verwendung von Material, das jemand anderem gehört, um damit etwas zu produzieren und dieses Produkt dann zu teilen. Diese Verwendung untergräbt die Fähigkeit der Urheberrechtsinhaber*innen Derivate oder Ableitungen ihres Werkes kontrollieren

⁴⁸² Milner, *The World Made Meme*, 2016, S.219-220.

⁴⁸³ Vgl. Ibid., S. 220.

⁴⁸⁴ Vgl. Uhlin, 2014, S. 523.

⁴⁸⁵ Milner, *The World Made Meme*, 2016, S. 218.

⁴⁸⁶ Vgl. Uhlin, 2014, S. 518.

⁴⁸⁷ Vgl. Ibid.

zu können, das heißt wo oder wie ihr Werk geteilt wird, sowie deren Recht etwaige Einnahmen davon zu erhalten. Nach Peter Van Valkenburgh gibt es mit Stand Oktober 2013 keine definitive Aussage darüber, ob die Erstellung von GIFs aus urheberrechtlich geschütztem Material eine Urheberrechtsverletzung darstellt oder nicht. Aus diesem Grund ist die Frage, ob die Verwendung eines GIFs eine Verletzung des Urheberrechts ist oder nicht größtenteils von der weiteren Frage abhängig, ob die jeweilige Verwendung unter den Grundsatz von Fair Use fällt oder nicht. Fair Use ist dabei nicht nur vom Charakter des GIFs, sondern auch von den Macher*innen selbst und deren Absichten bestimmt. Im Allgemeinen gilt etwas als Fair Use, wenn das Original-Material für einen begrenzten und transformativen Zweck, wie beispielsweise als Kommentar, Kritik oder Parodie, verwendet wird. GIFs können, Jeff Roberts zu Folge, nach dem Urheberrechtsgesetz, als transformativ angesehen werden, da sie den Markt für das Original-Werk nicht untergraben. Denn es kann davon ausgegangen werden, dass niemand statt dem tatsächlichen Film oder der Serie nur das GIF davon ansieht.⁴⁸⁸

Memes und GIFs werden demnach kreiert durch eine solche (Wieder-)Verwendung und Aneignung von Material der Populärkultur, aus dem die Fans, beziehungsweise Meme- und GIF-Macher*innen, dann Neues erstellen.⁴⁸⁹ Wie zu Beginn des Kapitels bereits kurz erwähnt, kann diese kulturelle Aneignung als Gegengewicht zu den Einschränkungen der Benutzung von Film- und Serienmaterial gesehen werden.⁴⁹⁰ Memes und GIFs agieren daher als „type of cultural appropriation that acts as a counterweight to the restrictions on the use of moving images.“⁴⁹¹ Durch Memes und GIFs wird so der Inhalt streng kontrollierter Massenmedien-Produkte zum Instrument für alltägliche, zwischenmenschliche Kommunikation, sowie gezielten/strategischen Einsatz.⁴⁹²

Trotz diesem fehlenden Zugang zu und Zugriff auf Material, fehlendem Mitspracherecht in Entscheidungen bezüglich ihres Fan-Objektes, sowie häufiger Konfrontation mit Animosität von Seiten der Medienindustrie-Insider, haben Fans Wege gefunden, die Macht der Medien für ihre eigenen Zwecke und zu ihrem Vorteil zu verwenden, wie Jenkins passend beschreibt: „[They] reclaim media imagery for their own purposes.“⁴⁹³ Die Fan-Produkte und Artefakte, die hieraus entstehen, erweitern, Jenkins zu Folge, stetig den Bestand des Primärtextes und sind vor allem in den jeweiligen Fandoms von großer Bedeutung, da sie von, durch und für das Fandom erstellt

⁴⁸⁸ Vgl. Panzironi, Michelle, „Animated GIFs And Fair Use. What Is And Isn’t Legal, According To Copyright Law“, *Forbes*, 30.04.2016, <https://www.forbes.com/sites/propointgraphics/2016/04/30/animated-gifs-and-fair-use-what-is-and-isnt-legal-according-to-copyright-law/> [20.06.2020].

⁴⁸⁹ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 3; Vgl. auch: Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 485.

⁴⁹⁰ Vgl. Uhlin, 2014, S. 525.

⁴⁹¹ Ibid.

⁴⁹² Vgl. Huber, 2015.

⁴⁹³ Jenkins, *Textual Poachers*, 2013, S. 32.

worden sind.⁴⁹⁴

Durch Verfahren des Framings, der Dekonstruktion, der Wiederverwendung und Parodie wird somit auch die Autorität des Originals, das heißt die von den Produzent*innen intendierte Bedeutung und Narration, immer mehr verwischt.⁴⁹⁵ Nach Voigts kann diese Aneignung, die im Zuge der Meme- und GIF-Erstellung vonstattengeht, wesentlich bemächtigend wirken, wie er beschreibt: „[R]emixers use and transform the available material, seeking to empower themselves by appropriating the work of others.“⁴⁹⁶ Fans wechseln so ihren Status von passiven Konsument*innen zu aktiven Produzent*innen. Das transformierte Material wird dann wieder mit anderen geteilt, von anderen konsumiert und wiederum neu interpretiert. Dabei weicht die Neugestaltung, wie bereits erwähnt, oft davon ab, was die Produzent*innen des Originals damit aussagen wollten. Der Widerstand von Fans gegen diese „official interpretative practices“⁴⁹⁷ erlaubt es ihnen Texte auf kreative, spielerische und produktive Art und Weise zu betrachten, die womöglich nicht von den Macher*innen des Quell-Materials angedacht waren.⁴⁹⁸

Poachers

Durch diese intertextuelle Modifikation und Transformation verwenden und eignen sich Fans bestehendes Material an, ergreifen Besitz davon und kreieren damit ihre eigenen Bedeutungen und Aussagen, die sie dann teilen. Dieser Prozess macht sie schließlich zu Jenkins' „[P]oachers“.⁴⁹⁹ Dieser, in Fandom Studies bekannter Begriff, stammt ursprünglich vom französischen Soziologen und Kulturphilosophen Michel DeCerteau. Er charakterisierte eine aktive Beschäftigung mit einem Text („active reading“) als „poaching“, als „an impertinent raid on the literary preserve that takes away only those things that are useful or pleasurable to the reader“.⁵⁰⁰

Bereits in dieser kurzen Beschreibung lassen sich klare Verbindungen zu Fan-Aktivität und auch zu Meme- und GIF-Produktion ziehen. Die User*innen wählen sich gezielt jene Momente, Sequenzen und/oder Screenshots aus dem Ganzen aus, die ihrem jeweiligen Vorhaben am besten dienen können. De Certeaus „poaching“-Analogie charakterisiert die Beziehung zwischen Leser*in und Autor*in dabei als andauernden Kampf um den Besitz des Textes, sowie die Kontrolle über dessen Bedeutung.⁵⁰¹ Der Begriff „poaching“ betont demnach den Macht

⁴⁹⁴ Vgl. Jenkins, 2013, S. 32.

⁴⁹⁵ Vgl. Grădinaru, 2016, S. 85.

⁴⁹⁶ Voigts, 2018, S. 395.

⁴⁹⁷ Jenkins, Henry, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge, 1992, S. 26, zit.n. Hautsch, 2018, Absatz [3.5].

⁴⁹⁸ Vgl. Hautsch, 2018, Absatz [3.5].

⁴⁹⁹ Jenkins, 2013, S. 36.

⁵⁰⁰ Ibid., S. 24.

⁵⁰¹ Vgl. Jenkins, 2013, S. 24.

Unterschied zwischen den „landowners“ und den „poachers“, zeigt jedoch auch all jene Wege und Möglichkeiten an, die Fans gefunden haben, um rechtliche Einschränkungen zu umgehen sowie Versuche die Produktion und Zirkulation populärer, hegemonialer Bedeutung in Frage zu stellen, beziehungsweise anzufechten.⁵⁰² In DeCerteaus Ausführungen ist eine scharfe Trennung zwischen den Positionen von Leser*in und Autor*in zu erkennen;⁵⁰³ eine Stellung, die Jenkins, in seiner Übernahme des Begriffes auf den Fandom-Bereich, nicht teilt. Fans konsumieren nicht einfach nur vorproduziertes Material, sie entwerfen ihre eigenen Geschichten, sogar ganze Romane, Zeichnungen, Songs, Videos, Performances, und vieles mehr. Diese Fan Works werden dann, wie bereits erwähnt, geteilt, rezipiert, kommentiert und von anderen Fans wieder weiter transformiert. Fans verwischen dadurch stetig die Grenzen zwischen Produzent*in und Konsument*in, Zuschauer*in und Teilnehmer*in, dem Kommerziellen und dem Amateurhaften.⁵⁰⁴

Weiters sehe DeCerteau den*die Leser*in als isolierte Instanz, dessen Poaching nur für sich selbst und deren eigene Interessen vollzogen werde. Die Bedeutungen, die dabei entstehen, seien demnach das Ergebnis von begrenzter intellektueller Beschäftigung. Fan-Beschäftigung hingegen ist ein wesentlich sozialer Prozess, durch den individuelle Interpretationen, via laufender Diskussionen und dem Austausch mit anderen Fans geformt und gestärkt werden.⁵⁰⁵ Als Poachers bemächtigen sich Meme- und GIF-Macher*innen via Prozessen der Aneignung, Transformation und der Zirkulation der Artefakte in der Online-Gemeinschaft, denn sie verändern dadurch ihre ihre Position von einem*r passiven Rezipient*in hin zum*r aktiven Produzent*in. Zusätzlich verbreiten sich Memes und GIFs sehr schnell durch die Internet-Infrastruktur und können somit nur schwer eingedämmt und unter Kontrolle gebracht werden. Durch Nachahmung und Remix verändern und modifizieren sie sich ständig weiter. Nach Seiffert-Brockmann und Winkler können Internet-Memes und GIFs dadurch bestimmte Diskurse, via Irritation, stetig mit neuen Bedeutungen versehen. Angesichts der Hartnäckigkeit dieser Artefakte im digitalen Raum, was, unter anderem, der eben genannten rapiden Verbreitung geschuldet ist, erlangen diese neuen Bedeutungen und Haltungen oft eine permanente Stellung in besagten Diskursen auf Internet-Plattformen.⁵⁰⁶

⁵⁰² Vgl. Ibid., S. 32.

⁵⁰³ Vgl. Ibid., S. 44.

⁵⁰⁴ Vgl. Ibid., S. 45.

⁵⁰⁵ Vgl. Ibid.

⁵⁰⁶ Vgl. Seiffert-Brockmann, Jens/Peter, Winkler, „Organizing from Disorder. Internet Memes as Subversive Style“, in: Timothy, Kuhn/Consuelo, Vásquez (Hg.): *Dis/Organization as Communication. Exploring the Disorder, Disruptive and Chaotic Properties of Communication*, New York/London: Taylor & Francis, 2019, S. 229.

Memes und GIFs können, durch diesen prävalenten Status im Online-Raum, starken Einfluss auf die Meinungsbildung und Haltung vieler, vor allem junger, Menschen haben.⁵⁰⁷ Die vom Fan produzierte Bedeutung, das heißt das modifizierte Material, kann so sehr rasch starken Einfluss, auch über den Online-Raum hinweg, erreichen.

Die in-Besitznahme von streng reguliertem Material, dessen Modifikation hinsichtlich eigener Interpretationen und Ziele, sowie der prävalente Status der Artefakte, vor allem im Online-Raum, bilden Teil-Aspekte, die Memes und GIFs zu Mitteln und Instrumenten der Bemächtigung der Meme- und GIF-User*innen macht.

5.3.1 Humor-Theorie

Humor ist, wie auch in der Auflistung der Charakteristika in Kapitel drei zu erkennen, ein wesentlicher Bestandteil von vielen Memes und GIFs. Die Mehrzahl der online veröffentlichten Memes und GIFs sind von humorvollem Charakter.⁵⁰⁸

Im Wesentlichen ist jeder Humor eine kommunikative Aktivität. Auf dem einfachsten Level ist Humor eine beabsichtigte oder unbeabsichtigte Nachricht, die als lustig interpretiert wird.⁵⁰⁹ Boxman-Shabatai und Shifman beschreiben Humor dabei als eine Art zweischneidiges Schwert, da hier kontrastierende soziale Funktionen von Identifikation und Differenzierung, Kontrolle und Widerstand, aufeinandertreffen. Während Humor, als populäres Ritual, vereint und Solidarität unter all jenen bildet, die diesen teilen, kann er ebenso zum Mittel der Exklusion werden.⁵¹⁰ Diesen dualistischen Charakter von Humor beschreibt Lynch wie folgt: „[I]f humor creates one aspect in society it is assumed to simultaneously create its opposite.“⁵¹¹ Dieser Aspekt von Humor wird auch als „*paradox of humor*“⁵¹² beschrieben und die zwei Sets an paradoxischer Humor-Funktion sind hierbei, wie bereits erwähnt, Identifikation und Differenzierung, sowie Kontrolle und Widerstand.⁵¹³ Zentral ist dabei stets das Publikum, also all jene, an die der Humor gerichtet ist. Sie sind es, die über den Erfolg oder Misserfolg des Humor-Versuchs entscheiden. Humor sei demnach wesentlich Empfänger*in-zentriert, denn die Empfänger*innen der Nachricht bestimmen, wie diese interpretiert wird und welche tatsächliche Funktion dem Humor hier zukommt.⁵¹⁴ Humor ist somit auch kognitiv-basiert, da er abhängig von der Wahrnehmung eines

⁵⁰⁷ Vgl. Shifman, 2014, S. 19.

⁵⁰⁸ Vgl. Chandler, 2013, S. 1.

⁵⁰⁹ Vgl. Lynch, Owen H., „Humorous Communication. Finding a Place for Humor in Communication Research“, *Communication Theory* 12/4, 2002, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00277.x> [02.01.2021], S. 423.

⁵¹⁰ Vgl. Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 980.

⁵¹¹ Lynch, „Humorous Communication“, 2002, S. 423.

⁵¹² Ibid., S. 424.

⁵¹³ Vgl. Ibid.

⁵¹⁴ Vgl. Meyer, „Humor as a Double-Edged Sword“, 2000, S. 311.

Events, eines anderen Individuums oder Symbols ist, im Vergleich dazu, was als normal oder typisch angesehen wird. Lynch beschreibt hierzu: „If our expectations are addressed with nonsense, we are left with little response but to laugh.“⁵¹⁵ Das bedeutet, dass Humor und seine Auffassung auch von der Erwartungshaltung eines Individuums abhängig ist.⁵¹⁶ Vor allem beim sogenannten „tease“ ist der Empfänger die wichtigste Instanz, die schließlich entscheidet, ob die Nachricht als Kritik oder humorvolle Aussage aufgefasst wird: „A tease is viewed as humorous and aggressive at the same time, as it ‚makes a potentially negative statement about the recipient, but is framed as humor or play‘“⁵¹⁷ Dies ist in vielen Memes und GIFs, die als Bemächtigungsstrategie oder Grenzziehung kategorisiert werden können, zu beobachten. Hier wird, wie im weiteren Verlauf des Kapitels noch genauer beleuchtet wird, sarkastischer Humor eingesetzt, um die Opposition als schlecht und/oder lächerlich darzustellen. Humor entstehe, nach Meyer, grundsätzlich auf drei Weisen: Durch Empfindung oder Wahrnehmung von Erleichterung, Inkongruenz und/oder Überlegenheit.⁵¹⁸ Demnach gibt es drei große Humor-Theorien: Überlegenheitstheorie („*superiority theory*“), Erleichterungs-Theorie („*relief theory*“) und die Inkongruenz-Theorie („*incongruity theory*“).⁵¹⁹ Wie ein witziger Satz mehr als eine rhetorische Funktion erfüllen kann, kann er auch mehr als nur einer Humor-Theorie zugeordnet werden.⁵²⁰

Es ist wichtig hier anzumerken, dass, egal aus welchem Grund Humor hervorgerufen wird, die Auswirkungen davon aufgrund verschiedenster Aspekte, variieren können. Humor ist somit, neben Empfänger*innen- und Wahrnehmungs-, beziehungsweise Erwartungshaltungs-, auch Situationsbedingt. Das Auftreten und die Wirkung oder der Eindruck von Humor kann somit, zusammenfassend, sowohl von Publikum zu Publikum, als auch von Situation zu Situation abweichen und verschieden sein.⁵²¹

Von den drei genannten Theorien sind vor allem die Überlegenheits-Theorie sowie die Inkongruenz-Theorie für diese Arbeit von Bedeutung, weshalb folgend auf beide genauer eingegangen wird. Die Relevanz des Überlegenheitshumors ergibt sich für die Funktion der Bemächtigung und Grenzziehung eindeutig, da hier Humor als Mittel eingesetzt wird, um das jeweilige Gegenüber als unterlegen darzustellen.

Die Inkongruenz-Theorie ist insofern relevant, da viele Memes und GIFs in ihrer Konstruktion auf

⁵¹⁵ Lynch, 2002, S. 428.

⁵¹⁶ Vgl. Ibid., S. 423.

⁵¹⁷ Alberts, Kellar-Guenther J.K./J.R., Corman, „That’s Not Funny. Understanding Recipients’ Responses to Teasing“, *Western Journal of Communication* 60, 1996, S.337, zit.n. Meyer, 2000, S. 328.

⁵¹⁸ Vgl. Meyer, 2000, S. 312.

⁵¹⁹ Lynch, 2002, S. 423.

⁵²⁰ Vgl. Meyer, 2000, S. 315.

⁵²¹ Vgl. Ibid., S. 316.

bestimmte Inkongruenzen setzen, um humorvolle, sarkastische, ironische Effekte zu erzielen. Dies sind meist, wie in Kapitel drei angeführt, „incongruous couplings of images“⁵²² die einander gegenübergestellt werden und, zusammen mit der textuellen Komponente, sarkastische Aussagen hervorbringen, die folglich den User*in als überlegen markieren können oder bestimmte Grenzen der Gemeinschaft bestärken oder aufzeigen können.

Inkongruenz

Dem Blickwinkel der Inkongruenz-Theorie nach, lachen Menschen über das, was überraschend, und unerwartet ist oder, was auf eine nicht-bedrohliche Art und Weise, seltsam wirkt. Ein bekanntes Muster wird gestört oder eine Diskrepanz erkannt. Der Inkongruenz-Theorie nach ist es diese Diskrepanz, die weder zu schockierend noch zu banal sein darf, die Humor in den Köpfen der Empfänger*innen auslöst. Individuen müssen hierfür zunächst ein Verständnis für übliche Muster der Realität haben, bevor sie diese Diskrepanzen als solche wahrnehmen können.⁵²³ Humor und Lachen kann demnach von der Wahrnehmung kommen, dass etwas inkonsistent oder widersprüchlich zu der erwarteten rationalen Natur der wahrgenommenen Umwelt ist, wie Lynch beschreibt: „Something can be found funny if it is irrational, paradoxical, illogical, incoherent, fallacious, or inappropriate.“⁵²⁴ Das Konzept von Humor als Inkongruenz schließt die anderen Theorien von Humor nicht aus, deutet aber darauf hin, dass Lachen, in diesen Fällen, eher auf intellektueller Aktivität basiert, anstatt dem Drang danach, sich überlegen oder erleichtert zu fühlen.⁵²⁵ Zusammenfassend lässt sich demnach sagen, dass, der Inkongruenz-Theorie folgend, Humor eine menschliche Reaktion zu Ambiguität in deren Umwelt ist.⁵²⁶ Es soll an dieser Stelle jedoch nochmals wiederholt werden, dass die Tatsache, dass jemand die Ambiguität eines Witzes versteht („get the joke“) trotzdem nicht bedeutet, dass der*diejenige diesen auch gleich interpretieren, wie jemand anderer.⁵²⁷

Satirische Memes/Kritik

Das Spiel mit Inkongruenzen, um Humor zu erzeugen, ist wesentlicher Bestandteil vieler Memes und GIFs online. Diese Humor-Erzeugung hat, neben harmlosem Spaß, oft auch tiefgreifendere, kritische Töne. Solche Memes und GIFs weisen häufig satirischen und parodistischen Humor auf, der darauf abzielt, Kritik auszuüben.⁵²⁸ Humor kann, in diesem Sinne, auch übergehen zu einer

⁵²² Knobel/Lankshear, 2007, S. 215.

⁵²³ Vgl. Meyer, 2000, S. 313.

⁵²⁴ Lynch, 2002, S. 428.

⁵²⁵ Vgl. Ibid.

⁵²⁶ Vgl. Ibid., S. 429.

⁵²⁷ Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 980.

⁵²⁸ Vgl. Aitwani, „Taking Internet Memes Seriously“.

Verwendung als Bemächtigungsstrategie, als Ausdruck von Überlegenheit, wie Boxman-Shabatai und Shifman beschreiben, als „liberating weapon through which the oppressed self-empower by criticizing those in power.“⁵²⁹ Denn wenngleich Satire scheinbar humorvoll scheint, ist sie doch ein gewisser Angriff auf eine Person oder Institution, um diese hierdurch zu diskreditieren.⁵³⁰

Trotz ihrer kontinuierlichen Anwesenheit über die Geschichte hinweg, veränderte und verändert sich Satire stetig, da die Mentalität des Zeitalters, in dem sie kreiert wird, reflektiert wird.⁵³¹ Online-Satire kann heutzutage mehrere Formen annehmen, unter anderem satirische Blogs, YouTube-Kanäle oder Websites.⁵³² Satirische Memes und GIFs seien, nach Plevriti, besonders für junge Menschen attraktiv, da die Sprache von Satire, das heißt der provokantere, „edgy“, und anti-autoritäre Stil, authentischer wirkt, sowie aufgrund der unterhaltsamen und gleichzeitig kritischen Eigenschaften von Satire und satirischen Abbildungen.⁵³³ Plevriti zu Folge ist der vorherrschende Zweck satirischer Memes und GIFs, satirischen Humor als öffentlicher Kommentar zu nutzen, um all jenes aufzudecken, das die User*innen dieser Artefakte als problematisch, unmoralisch, nicht okay oder dysfunktional ansehen, oder auch all jenes zu verteidigen, das sie als gerecht ansehen.⁵³⁴ Taylor-Smith et. al. beobachteten besonders in solchen Memes, die auf ein Fehlverhalten hinweisen, eine Kombination aus Humor, Moralisierung und „Wahrheit“.⁵³⁵ Wie folgend noch genauer ausgeführt wird, hat hier Humor auch disziplinierende, abgrenzende Funktionen. Diese Memes und GIFs zielen meist besonders auf die Hervorbringung von bestimmten Reaktionen sowie die Anregung von Teilnahme ab.⁵³⁶

Memes und GIFs können durch spezifischen Humor-Einsatz Ansprüche auf überlegenen Status und Autorität markieren und dabei, durch die paradoxe Natur von Humor, gleichzeitig auch Marker gemeinsamer kultureller Verbundenheit sein.⁵³⁷

Überlegenheits-Anspruch

Fans ziehen oft Stärke und Ermutigung aus der Fähigkeit, sich mit anderen Mitgliedern einer Gruppe, mit anderen Fans, die dieselben Interessen teilen und mit ähnlichen Problemen konfrontiert sind, zu identifizieren. Henry Jenkins beschreibt hierzu:

„To speak as a fan is to accept what has been labeled a subordinate position within the cultural hierarchy, to accept an identity constantly belittled or criticized by institutional authorities.

⁵²⁹ Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 980.

⁵³⁰ Vgl. Plevriti, 2014, S. 11.

⁵³¹ Vgl. Ibid.

⁵³² Vgl. Ibid., S. 12-13.

⁵³³ Vgl. Ibid., S. 16.

⁵³⁴ Vgl. Ibid., S. 18-19.

⁵³⁵ Vgl. Taylor-Smith/Smith/Smyth, „Democratic Participation through Crocheted Memes“, 2018, S. 180.

⁵³⁶ Vgl. Plevriti, 2014, S. 18.

⁵³⁷ Vgl. Nissenbaum/Shifman, 2017, S. 498.

Yet it is also to speak from a position of collective identity, to forge an alliance with a community of others in defense of tastes[...]"⁵³⁸

Sich als Teil einer Gruppe von Gleichgesinnten zu sehen, bringt demnach an sich schon ein bestimmtes Gefühl der Bemächtigung mit sich, das, durch strategischen Einsatz von Memes und GIFs, noch weiter bestärkt werden kann. Auch hierbei ist die Art des eingesetzten Humors, der durch diese Artefakte hervorgebracht werden kann, von zentraler Bedeutung. Wie bereits erwähnt kann Humor Gefühle der Überlegenheit bei dem*r Sender*in hervorbringen. Die Humor-Theorie, der solch ein Humor-Versuch zugeordnet werden kann, ist dabei jene des Überlegenheits-Humors.

Überlegenheits-Humor ist eine der ältesten Themen in der Analyse von Humor. Sowohl Plato als auch Aristoteles schrieben über Humor als Form von Verspottung oder Verachtung.⁵³⁹ Boxman-Shabatai und Shifman beschreiben ein Gefühl von Überlegenheit, das sich durch das Lachen über jemanden einstelle: „[L]aughter is generated by people’s feeling of advantage or triumph over others, whom they regard as inferior.“⁵⁴⁰ Der Überlegenheits-Theorie nach lachen Menschen demnach, äußerlich oder innerlich, über andere, wenn sie ein gewisses Gefühl von Triumph über sie erfahren oder sich ihnen in gewisser Weise überlegen fühlen.⁵⁴¹ Eine Person kann als lächerlich, und demnach untergeordnet, erfahren werden, wenn sie oder er unangemessen angesichts eines Sets von abgestimmten Gruppen- oder Gesellschaftskriterien agiert.⁵⁴² Der Humor stammt, dieser Theorie nach, von der Tatsache, dass man sich selbst als überlegen sieht, als richtig, als triumphierend gegenüber jemandem, der unterlegen ist.⁵⁴³ Humor, als Ausdruck von Überlegenheit, kann dabei, Lynch zu Folge, entweder ein Kontrollmechanismus oder eine Form von Widerstand sein.⁵⁴⁴

Meyer merkt hier, nach Duncan, an, dass Lachen in diesem Sinn auch eine Form von Disziplinierung sein kann („disciplining by laughter“⁵⁴⁵). Er führt dies auf Hofnarren zurück, dessen albernes Verhalten ausgelacht wurde, um somit zu zeigen, welches Verhalten oder welche Meinungen und Ansichten inakzeptabel in der jeweiligen Gesellschaft waren.⁵⁴⁶ Auch Zajdman beschreibt die Funktion von Humor als soziales Korrektiv: „[T]he danger of ‚being laughed at‘ is

⁵³⁸ Jenkins, 2013, S. 23.

⁵³⁹ Lynch, 2002, S. 426.

⁵⁴⁰ Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 981.

⁵⁴¹ Vgl. Meyer, 2000, S. 314.

⁵⁴² Vgl. Lynch, 2002, S. 426.

⁵⁴³ Vgl. Meyer, 2000, S. 316.

⁵⁴⁴ Vgl. Lynch, 2002, S. 426.

⁵⁴⁵ Duncan, H.D., *Communication and Social Order*, New York: Bedminster Press, 1962, S. 187, zit.n. Meyer, 2000, S. 314.

⁵⁴⁶ Vgl. Meyer, 2000, S. 314.

known to be one of the most powerful social threats. [...] in order to avoid being laughed at, the individual behaves according to the norms of behavior of the group of his reference.”⁵⁴⁷

Über fehlerhaftes Verhalten zu lachen kann wiederum auch Einheit unter den Gruppenmitgliedern schaffen, da das Gefühl von Überlegenheit über jene, die verspottet oder korrigiert werden, oft auch mit dem Gefühl der Zugehörigkeit koexistieren kann.⁵⁴⁸ Meyer benennt in diesem Sinne, wiederholend des zuvor erwähnten dualen Charakters von Humor, Vereinigung und Abgrenzung als Schlüsselfunktionen von Humor.⁵⁴⁹ Er führt folglich, als spezifische Funktionen des Überlegenheits-Humors, die Kritik an einer Opposition, sowie die Vereinigung einer Gruppe an. Humor kann demnach gleichzeitig vereinen und spalten⁵⁵⁰, wie Lorenz passend beschreibt „,[L]aughter forms a bond and simultaneously draws a line.“⁵⁵¹ Komische Verspottung kann Identifikation aufrechterhalten und ein Gefühl von Einheit zwischen den Mitgliedern einer Gruppe erzeugen, während gleichzeitig die Differenzen zu anderen hervorgehoben werden.⁵⁵² Alle Verwendungsarten von Humor, die darauf abzielen andere anzugreifen, sei es auf Basis von empfundener Irrationalität oder Fehlverhalten, würde kategorisiert werden als Differenzierungs- oder Abgrenzungs-Funktion von Humor und würde den Verstoß, beziehungsweise die Missachtung der Norm stärker hervorheben. Durch die Auffassung und Darstellung der anderen als irrational oder untergeordnet, wird unter den Mitgliedern eine vereinigende Wirkung erzeugt⁵⁵³, wie Meyer beschreibt: „Communicators imply that others‘ actions not only are unexpected, but unacceptable, and hence worthy of opposition in the form of discipline by laughter.“⁵⁵⁴ Die Abweichung der anderen von der etablierten Norm wird als lachhaftes, inakzeptables Fehlverhalten ausgewiesen, das aufgedeckt, korrigiert und in Zukunft vermieden werden muss.⁵⁵⁵

Lynch beschreibt die Dualität des Überlegenheitshumors auch als „esoteric“ und „exoteric“.⁵⁵⁶ Identifikations-Humor („esoteric“) tritt auf, wenn Humor eine interne Wahrnehmung kreiert, die eine Zusammengehörigkeit in einer Gruppe, sowie geteilte Ansichten verstärkt. Gleichzeitig exkludiert dieser Humor, wie bereits erwähnt, Individuen oder Gruppen, die nicht dasselbe Wissen über Insider-Witze, Referenzen oder Strukturen haben. Demnach hat Humor hier auch eine

⁵⁴⁷ Zajdman, Anat, „Humorous Face-Threatening Acts. Humor as Strategy“, *Journal of Pragmatics* 23/3, 1995, S. 332.

⁵⁴⁸ Vgl. Meyer, 2000, S. 316.

⁵⁴⁹ Vgl. Ibid., S. 311.

⁵⁵⁰ Vgl. Ibid., S. 316.

⁵⁵¹ Lorenz, K., *On Aggression*, New York: Harcourt, 1963, S. 253, zit.n. Meyer, 2000, S. 322.

⁵⁵² Vgl. Meyer, 2000, S. 322.

⁵⁵³ Vgl. Ibid., S. 323.

⁵⁵⁴ Ibid., S. 326.

⁵⁵⁵ Vgl. Ibid., S. 325.

⁵⁵⁶ Lynch, 2002, S. 434.

abgrenzende Funktion, auch beschrieben als Differenzierungshumor („exoteric“).⁵⁵⁷ Der Überlegenheits-Theorie nach, verwendet demnach die „in-group“ Humor um sich von der „out-group“ abzugrenzen und durch diese Abgrenzung erhalten sie exklusive Mitgliedschaft, das heißt ein gestärktes Gefühl von Überlegenheit und Gemeinschaft.⁵⁵⁸ Die Verwendung eines spezifischen Memes oder GIFs hat in diesem Sinne, unter anderem durch die spezifische Verwendung von Humor, die Fähigkeit in- und out-group-Grenzen zu kreieren und zu bewahren. Gleichzeitig kann jedes dieser Artefakte von verschiedenen Gemeinschaften mit ihren jeweils eigenen Diskursen und Bedeutungen versehen und verwendet werden.⁵⁵⁹

Selbstbezogener Humor

Überlegenheits-Humor, wenn auch üblicherweise assoziiert mit Über-andere-Lachen, kann auch in Form von Selbst-Spott auftreten.⁵⁶⁰ Die Verwendung von selbstbezogenem Humor kann bis ins alte Griechenland zurückverfolgt werden und wurde bereits von verschiedensten Wissenschaftler*innen als komplexe und vielseitige Art der Kommunikation bezeichnet, die strategisch in verschiedensten Kontexten eingesetzt wird. Solcher Humor präsentiert den*die Protagonist*in in einem unvoreilhaftem Licht, gewährt jedoch gleichzeitig einen gewissen Grad an Kontrolle, wie Boxman-Shabatai und Shifman beschreiben: „What would be perceived as mockery if articulated by outsiders is actually an assertion of pride and autonomy when declared by the subjects themselves.“⁵⁶¹ Im Gegensatz zu externer Verspottung, erlaubt es selbstbezogener Humor dem*r Sprecher*in oder Sender*in, die bestimmte Schwäche, die verspottet wird, sowie auch die Intensität der Verspottung selbst auszuwählen; eine Wahl, die an sich schon eine gewisse Zusage von Kontrolle über die Situation mit sich trägt.⁵⁶² Des Weiteren trägt selbstbezogener Humor eine widersprüchliche Botschaft in sich: „I am weak. I admit it. To admit it means to be strong, so I am strong.“⁵⁶³ Demnach ist es der selbstbezogene Humor, der, obwohl er auf den ersten Blick die Schwächen zu entblößen scheint, letztendendes dazu beiträgt, eine gewisse Stärke zu zeigen.⁵⁶⁴ Nach Zajdman habe somit auch der selbstbezogene Humor Grenzziehungs-Effekte, da dieser den Empfänger nicht errahnen lässt, was der Sender tatsächlich von sich selbst denkt, wie sie beschreibt: „A [speaker] who attacks himself leaves his audience bewildered: does he mean what he says or does he not? [...] from a self-denigrating humor display [the hearer] cannot know

⁵⁵⁷ Vgl. Lynch, 2002, S. 434.

⁵⁵⁸ Vgl. Ibid., S. 435.

⁵⁵⁹ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

⁵⁶⁰ Vgl. Lynch, 2002, S. 426.

⁵⁶¹ Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 987.

⁵⁶² Vgl. Zajdman, „Humorous Face-Threatening Acts“, 1995, S.338.

⁵⁶³ Ibid.

⁵⁶⁴ Vgl. Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 987.

for sure what [the speaker] really thinks of himself. In this way, self-directed humor may serve to set boundaries [...]"⁵⁶⁵ Es gibt zahlreiche Fälle in denen Gruppenmitglieder Witze über ihre eigene Gruppe machen. Dieser Humor kann die Gruppenmitglieder bezüglich des Streitpunktes, des Problems oder des Verhaltens, für das sie verspottet werden, vereinigen und dient somit auch als Form von Identifikation durch gegenseitige Anerkennung differenzierenden Humors.⁵⁶⁶ Es kann hier somit wieder, neben Abgrenzung zu all jenen, die den Humor nicht verstehen, demnach nicht Teil der Gemeinschaft sind, auch Vereinigung und Bemächtigung hervorgebracht oder ausgedrückt werden. Dadurch wird Selbstbewusstsein und Stärke, sowie ein bestärktes Gefühl durch den Gruppenzusammenhalt hervorgebracht.

Nach Lynch muss hier auch genau betrachtet werden, wer den Witz gemacht hat, die Art des Humors, die Rezeption, sowie den Zeitraum und das soziale Umfeld, indem der Humor ausgetragen wird. Dies erhöhe die Sensitivität der Untersuchung des Humors im sozialen Kontext.⁵⁶⁷



The Shadowhunters fandom today

#how do i respond to our show
possibly getting cancelled? memes
#shadowhunters #netflix #hulu

Abb. 2: Selbstbezogener Humor als Bemächtigung, User*in:
„everydayshadowhunters“, Tumblr, 06.06.2018,
<https://www.tumblr.com/everydayshadowhunters/174610815521/the-shadowhunters-fandom-today?source=share>

Abbildung 2 zeigt ein Beispiel aus der SHADOWHUNTERS-Kampagne. Der*die User*in „everydayshadowhunters“ macht sich über sich selbst, beziehungsweise das SHADOWHUNTERS-Fandom, lustig, das, trotz stetiger Bemühungen, von Medienindustrie-Seite ignoriert wird. Egal wie „laut“ das Fandom ist, die erwünschte Meldung einer eventuellen Aufnahme und Weiterführung der Serie von Plattformen, wie Hulu oder Netflix, kommt nicht. Sie scheinen sich stumm und taub zu stellen und laufen davon. Während demnach die vermeintliche Schwäche des Fandoms zu Schau gestellt wird, nämlich dass sie ignoriert werden, dem Mädchen (Medienvertreter*innen) nachlaufen

müssen, zeigt das Meme doch auch eine wesentliche Stärke auf: Durchhaltevermögen und Entschlossenheit. Der sogenannte „trumpet boy“⁵⁶⁸, im Bild ausgewiesen als „Shadowhunters Fans“, kann somit auch in der Machtposition gesehen werden. Er ist derjenige, der das Instrument

⁵⁶⁵ Zajdman, 1995, S. 338.

⁵⁶⁶ Vgl. Meyer, 2000, S. 323.

⁵⁶⁷ Vgl. Lynch, 2002, S. 440.

⁵⁶⁸ Y.F., „Trumpet Boy“, *Know Your Meme*, aktualisiert 2021, <https://knowyourmeme.com/memes/trumpet-boy> [20.01.2023].

in der Hand hat und erhobenen Hauptes die Verfolgung aufnimmt, während das Mädchen, das die Plattformen Netflix und Hulu repräsentiert, zusammengekrümmt in einer Flucht-, beziehungsweise Rückzugsposition ist. Die Fans machen sich so selbstbezogenen Humor zu Nutze und lachen, vereinigend, über ihre gemeinsame Situation, dass ihre Bemühungen scheinbar gänzlich ungehört bleiben. Auch die Beschriftung dieses Memes macht sich über die Fans selbst lustig, indem es deren begrenzte Möglichkeiten, die Entscheidung der Absetzung zu beeinflussen aufzeigt: „How do I respond to our show possibly getting cancelled? Memes.“ Gleichzeitig wird wiederum die Stärke des Fandoms gezeigt, da die Online-Kampagne, mit vorwiegendem Einsatz von Memes und GIFs, massive Teilnahme erreichte. Durch dieses Meme und den hier eingesetzten selbstbezogenen Humor, kann somit eine gewisse Bemächtigung von Seiten der Fans erzielt werden.

Internet Ugly

Wie bereits zu Beginn des Kapitels erwähnt, können Memes und GIFs nicht nur auf eine einzige Art und Weise als Mittel der Abgrenzung dienen. Der eben ausgeführte Aspekt des Humors ist dabei ein zentraler Faktor. Doch auch die Ästhetik der jeweiligen Artefakte kann bestimmte Grenzen und Abgrenzungen sichtbar machen.

Stilistisch stellen sich, vor allem Memes, oft bewusst gegen bestimmte ästhetische Mainstream-Werte, wie Reinheit und Symmetrie.⁵⁶⁹ Douglas spezifiziert dabei: „[They are] counter to, but not exactly reversing, the mainstream values of symmetry and purity.“⁵⁷⁰ Douglas beschreibt dies als eine der Haupt-Charakteristika eines spezifischen Trends oder Stils, der sich in der Online-Meme-Kultur entwickelte.⁵⁷¹ Dieser ästhetische Stil wird als „Internet Ugly“⁵⁷² beschrieben, wobei bewusst das Amateurhafte hervorgehoben wird.⁵⁷³

Meme-Macher*innen können sich auf diese Weise, Shifman zu Folge, gegen vorherrschende Normen von Schönheit und Ästhetik positionieren, sowie auch in Opposition zu massenmedialer, kommerzieller Kultur.⁵⁷⁴ Internet Ugly wird als Kern-Ästhetik von memetischen Internet-Inhalten angesehen und unterscheidet klar zwischen den Möglichkeiten, die vom Internet geboten werden und anderen Medien, wie beispielsweise dem Fernsehen.⁵⁷⁵ Kreativität ist ein leitendes Prinzip von memetischer Teilnahme. Jede Person, die zu einem Meme-basierenden Diskurs in Form von

⁵⁶⁹ Vgl. Grădinaru, 2016, S. 82.

⁵⁷⁰ Douglas, Nick, „It’s Supposed to Look Like Shit. The Internet Ugly Aesthetic“, *Journal of Visual Culture* 13/3, 2014, <https://doi.org/10.1177/1470412914544516> [01.01.2021], S. 315.

⁵⁷¹ Vgl. Grădinaru, 2016, S. 82.

⁵⁷² Douglas, „It’s Supposed to Look Like Shit“, 2014, S. 314.

⁵⁷³ Vgl. Douglas, 2014, S. 314; Vgl. auch: Shifman, 2019, S. 53.

⁵⁷⁴ Vgl. Shifman, 2019, S. 53.

⁵⁷⁵ Vgl. Grădinaru, 2016, S. 82.

eigenen Artefakten beiträgt, muss existierendes Material auf originelle Weise transformieren.⁵⁷⁶ Kreativ-Sein bedeutet dabei jedoch nicht unbedingt, dass etwas konventionell Schönes oder Ästhetisches dabei herauskommt. Douglas beleuchtete in seinem Artikel „It’s Supposed to Look Like Shit. The Internet Ugly Aesthetic“ wie Internetkultur generell, und Meme-Kultur im Besonderen, diese Internet-Ugly-Ästhetik schätzt. Es handelt sich hierbei, wie bereits erwähnt, um einen ästhetischen Stil, der bewusst und absichtlich das Schlampige und Amateurhafte betont.⁵⁷⁷ Diese fehlerhafte, simplifizierte, schlampige, unfertige Erscheinung, ergab sich ursprünglich aus der Notwendigkeit, rasch multimodale Reaktionen und Stellungnahmen zu kreieren, bevor der jeweilige Diskurs veraltet war.⁵⁷⁸ Mittlerweile wird der Stil jedoch ganz bewusst, unter anderem als Abgrenzung zu Außenstehenden der Gemeinschaft, beziehungsweise der spezifischen Online-Meme-Kultur, kultiviert. Haupt-Techniken dieses Stils sind beispielsweise eingescannte oder mit der Maus gezeichnete Bilder, schlechte Grammatik und Rechtschreibung oder schlampige Fotobearbeitungen. Diese Techniken zeigen sich in vielen bekannten Memes, oft auch in Kombination miteinander.⁵⁷⁹ Douglas beschreibt hierzu: „Internet Ugly [...] exploits tools meant to smooth and beautify, using them to muss and distort.“⁵⁸⁰ Die Ergebnisse daraus sind, für die jeweilige Gemeinschaft, meist lustig und, vor allem ikonisch, und werden von Außenstehenden oft nicht geschätzt oder verstanden.⁵⁸¹

Internet Ugly kann als bewusster Stil angesehen werden, da sich das Internet, beziehungsweise digitale Tools, kontinuierlich entwickeln und bessere, professionellere Instrumente geboten werden, die Amateur-Werke professionell aussehen lassen können, die Benutzer*innen jedoch trotzdem über diese technologischen Möglichkeiten hinweg gehen und ihrem Stil treu bleiben⁵⁸², wie in Abbildung 3, einem weiteren Beispiel aus der SHADOWHUNTERS-Kampagne, veranschaulicht wird. Dieses Beispiel verwendet das „All The Things“-Meme-Template und verbindet es mit einem Poster der Serie, zu einem Stacked Meme. Die Figuren des Comics im

⁵⁷⁶ Vgl. Shifman, 2019, S. 53.

⁵⁷⁷ Vgl. Shifman, 2019, S. 53.

⁵⁷⁸ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 235.

⁵⁷⁹ Vgl. Douglas, 2014, S. 315.

⁵⁸⁰ Ibid.

⁵⁸¹ Vgl. S. Literat/Van den Berg, 2019, S. 246.

⁵⁸² Vgl. Douglas, 2014, S. 316.

⁵⁸³ Keira, „All the Things“, *Know Your Meme*, aktualisiert 2022, <https://knowyourmeme.com/memes/all-the-things> [20.01.2023].

oberen Teil des Memes sind schlampig und überaus simplifiziert gezeichnet. Zusätzlich ist es dem

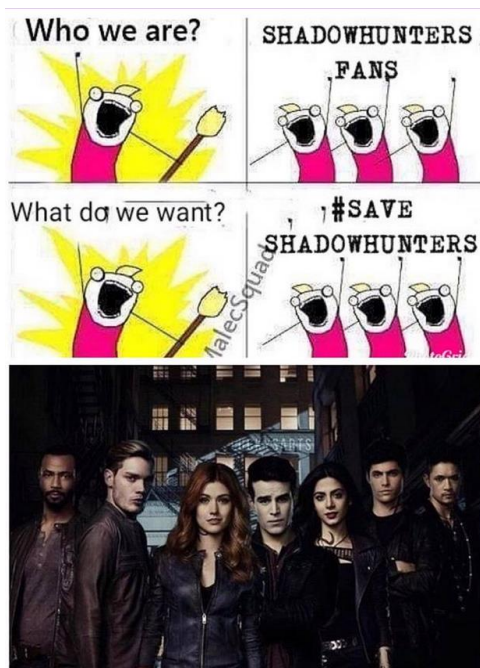


Abb. 3: Internet-Ugly-Ästhetik, User*in: „@SASpihesi“, Twitter, 21.06.2018, <https://twitter.com/SASpihesi/status/1009725636808794>
112

„perfekten“ Bild der Medienindustrie-Seite – dem Poster der Serie – gegenübergestellt, was den Kontrast noch einmal verstärkt. Den Humor dieses schlampig gezeichneten Comics wird jedoch nicht jeder Betrachtende gleich wahrnehmen und womöglich auch nicht als humorvoll auffassen.

Douglas beschreibt die Funktionen dieser Ästhetik auch als Demokratisierung von Teilnahme⁵⁸⁴, als „way to let anyone participate in a meme“⁵⁸⁵, als unschuldige Parodie oder kritischere Satire, sowie das Feiern der „Hässlichkeit“ als Authentizität.⁵⁸⁶

Internet Ugly beinhaltet, Douglas zu Folge, die Verherrlichung des Amateurs, die Validierung des Unglamurösen, und die Verspottung des Selbst-seriösen,

des Formelhaften, sowie des Mainstreams.⁵⁸⁷ Ironie und Selbst-Verspottung sind in solchen Artefakten auch oft anzutreffen.⁵⁸⁸

Literat und van den Berg sehen diesen Trend als einen weiteren Marker von Internet-Subkulturen,⁵⁸⁹ da diese bestimmte Ästhetik bewusst kultiviert wird und eine authentischere, anti-kommerzielle Autorschaft konnotiert.⁵⁹⁰ Internet Ugly kann demnach als Code fungieren, der Memes und GIFs als authentischer oder weniger Mainstream kennzeichnet.⁵⁹¹ In diesem Sinne kann diese Ästhetik auch als gezielte Grenzziehung verstanden werden, wie Literat und Van den Berg beschreiben: „[T]he apparent carelessness when it comes to graphic qualities is intentionally cultivated by Internet in-groups, and deliberately difficult for outsiders to imitate or appreciate.“⁵⁹²

Die Unfähigkeit von Außenstehenden diesen spezifischen Stil zu verstehen, macht es besonders schwierig diesen für ihre eigenen Zwecke zu kopieren und nachzuahmen. Dies bestärkt und bewahrt folglich die Grenzen der jeweiligen Gemeinschaft. Wenngleich scheinbar unbekümmert mit der graphischen Qualität umgegangen wird, wird, vor

⁵⁸⁴ Vgl. Douglas, 2014, S. 317.

⁵⁸⁵ Ibid., S. 320.

⁵⁸⁶ Vgl. Ibid., S. 317.

⁵⁸⁷ Vgl. Douglas, 2014, S. 334.

⁵⁸⁸ Vgl. Ibid., S. 336.

⁵⁸⁹ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 244.

⁵⁹⁰ Vgl. Ibid., S. 235.

⁵⁹¹ Vgl. Ibid., S. 244-245.

⁵⁹² Ibid., S. 246.

allem in Fandoms, jedoch besonders großer Wert auf faktische Richtigkeit und Genauigkeit gelegt. Diese Genauigkeit dient dann wiederum der Zurschaustellung der Expertise der Fans und, wie in vorherigem Unterkapitel angeführt, etabliert und markiert ebenfalls die in-group, sowie die Grenzen dieser.⁵⁹³

Die verschiedenen Haltungen bezüglich der Qualität der Artefakte (das Zelebrieren niedriger ästhetischer Qualität, jedoch gleichzeitig die Erwartung an hohe intellektuelle, inhaltliche Qualität) scheinen im Widerspruch miteinander zu stehen. Beides hat jedoch letztendlich die Funktion, die Grenzen der Gemeinschaft zu bestärken.⁵⁹⁴

⁵⁹³ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 246.

⁵⁹⁴ Vgl. Ibid.

7. Analyse

Ein Bild ist zunächst ein Objekt in der Welt, mit physischen Eigenschaften, die es wahrnehmbar machen.⁵⁹⁵ Die Elemente in einem Bild, die als plastisch bezeichnet werden können, sind jene, die das Ganze als Ensemble einer visuellen Form charakterisieren, und die es erlauben, Formen zu unterscheiden.⁵⁹⁶ Darunter fallen die Oberfläche des Bildes und seine Organisation, auch als ‚Komposition‘ bezeichnet, die Materialität des Bildes selbst, insofern dies die Wahrnehmung der Betrachtenden beeinflusst, die Farben und Kontraste, Helligkeit, Luminosität und Schatten, sowie spezifische graphische Elemente. All dies sind die ersten Elemente, die einem Zuschauenden entgegentreten.⁵⁹⁷

Foss zu Folge erfordert die Evaluierung von Bildern oder Objekten zunächst ein Verständnis der substanziellen oder materiellen und stilistischen Natur des zu untersuchenden Artefaktes. Die Beschreibung und Darstellung des Charakters der visuellen Rhetorik richtet den Fokus auf zwei grundlegende Komponenten: die tatsächlich dargestellten Elemente und die angedeuteten oder suggerierten Elemente. Die Identifikation der dargestellten Elemente eines Artefaktes beinhaltet die Benennung der wesentlichen physischen Eigenschaften und Bestandteile, all jene Eigenschaften, die nach Aumont und Pajackowska auch als plastische Eigenschaften bezeichnet werden können.

Die Identifikation der angedeuteten Elemente ist ein Prozess der Aufdeckung der Konzepte, Ideen, Themen und Andeutungen, die ein*e Betrachter*in voraussichtlich aus den dargestellten Elementen erschließen wird.⁵⁹⁸ Dies fällt unter die in Kapitel fünf beschriebene symbolische, beziehungsweise ikonographische und ikonologische Ebene nach Barthes und Panofsky. Beide beschreiben, wie auch Foss, eine bestimmte Darstellung der zugrundeliegenden Konzepte, Ideen und Themen, die ein Betrachtender aus den vorhandenen, abgebildeten Gegenständen und Motiven, sowie deren Komposition im Bild interpretieren kann und wird.

Ein semiotischer Zugang betrachtet dabei auch besonders, wie in Kapitel fünf angeführt, die Interaktion des Geschriebenen mit dem Bild, das heißt die Text-Bild-Relationen, um die Bedeutung des Bildes sowohl zu erweitern als auch zu rahmen.⁵⁹⁹ Bülow et. al. beschreiben hierzu:

„Dabei steckt der Kommunikationszusammenhang den Interpretationsraum für das Kontextualisierungsspiel, in das sich Sprach- und Bildbestandteil begeben ab. Als weit gefasster *common ground* ermöglicht er gewisse Deutungen, grenzt die Rezeptions-, aber ebenso Produktionsoptionen der Akteure vor dem Hintergrund von Partizipationsbedingungen und usuellem

⁵⁹⁵ Vgl. Aumont/Pajackowska, 1997, S. 102.

⁵⁹⁶ Vgl. Ibid, S. 99.

⁵⁹⁷ Vgl. Ibid.

⁵⁹⁸ Vgl. Foss, 2004, S. 307.

⁵⁹⁹ Vgl. Huntington, „Subversive Memes“, 2013.

Gestaltungskonventionen ein und wird wesentlich von der Kommunikationsgeschichte der *community of practice* geformt.“⁶⁰⁰

Der Kontext der SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne online, sowie die Fokussierung auf drei primäre Funktionen steckt demnach in dieser Analyse den Interpretationsraum ab. Bestimmte, in Kapitel drei beschriebene, „Partizipationsbedingungen und usuelle Gestaltungskonventionen“⁶⁰¹ von Memes und GIFs, sowie bestimmte Aspekte der „Kommunikationsgeschichte der *community of practice*“⁶⁰², in diesem Fall Fandoms, spielen hier ebenfalls eine bedeutende Rolle und tragen dazu bei, wie das mediale Artefakt interpretiert wird, beziehungsweise interpretiert werden kann.

7.1. SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne (2018-2020)

2016 wurde die erste Folge der Serie SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS auf dem amerikanischen Sender Freeform, sowie der Plattform Netflix, ausgestrahlt und brachte schon bald zahlreiche Fans, und folgend, ein Fandom mit enorm starker Internetpräsenz mit sich.

Die Serie handelt, basierend auf der Buchserie „The Mortal Instruments“ der Autorin Cassandra Clare, von Clary Fray (Katherine McNamara), die an ihrem achtzehnten Geburtstag entdeckt, dass sie ein sogenannter „Shadowhunter“ ist. Dies sind Nachfahren von Engeln, die, mit Hilfe spezieller magischer Runen, die sie sich auf ihre Haut auftragen, gegen jegliches, übernatürlich-Böse kämpfen, wie beispielsweise Dämonen. Es eröffnet sich eine neue Welt für Clary, in der sie nun lernen muss zu navigieren, während sie gleichzeitig versucht ihre Mutter zu befreien, die vom Antagonisten der Serie, Valentine (Alan Van Sprang), gefangen genommen wurde.

Am 4. Juni 2018 wurde die Absetzung der Serie bekanntgegeben. Fast augenblicklich begannen Proteste online, und die SHADOWHUNTERS-Fan-Kampagne, die schließlich, enorme nationale und internationale Teilnahme erhielt, begann. Zunächst startete die Social-Media-Kampagne auf Twitter, jedoch bald auch auf anderen bekannten Plattformen, wie Facebook, Instagram oder Tumblr, unter dem Hashtag „#SaveShadowhunters“, der jedem Beitrag zugefügt wurde. Innerhalb der ersten 15 Minuten nach Bekanntgabe der Absetzung wurde dieser Hashtag auf Twitter eine Million mal „retweeted“, das heißt von User*innen geteilt und verwendet.⁶⁰³ Einige Tage später wurden sogenannte „Power Hours“ eingeführt, zu denen Fans online gehen und so viele Beiträge wie möglich mit dem Hashtag posten und verwenden sollten, um diesen auf die Trending-Liste von Twitter zu bringen. Dadurch sollte die größtmögliche Aufmerksamkeit erreicht werden, sowie aufgezeigt werden, wie viele Menschen die Serie weiterhin sehen möchten. Die Anzahl der geposteten Hashtags wurde täglich von Fan-Accounts,

⁶⁰⁰ Bülow/Merten/Johann, 2018, S. 13.

⁶⁰¹ Ibid.

⁶⁰² Ibid.

⁶⁰³ Vgl. o.N, „A Fandom’s Heartbeat. The Home of The #SaveShadowhunters Archive“, *A Fandom’s Heartbeat*, o.D., <https://savesshadowhuntersarchive.wordpress.com/> [13.06.2020].

wie „MalecFicLibrary“, analysiert und gepostet, um, einerseits das Fandom auf dem Laufenden zu halten und für weiteren Einsatz zu motivieren, und andererseits den Erfolg, beziehungsweise die massiven Zahlen für Industrievertreter*innen aufzuzeigen. Ein Jahr nach der Absetzung (Stand 4. Juni 2019), wurde der Hashtag insgesamt über 21 Millionen Mal allein auf der Plattform Twitter verwendet und geteilt.

In einem nächsten Schritt wurde eine Petition auf der Website „change.org“ gestartet und verbreitet, die eine Fortsetzung der Serie forderte. Diese Petition ist weiterhin aktiv und hat im Moment (Stand Oktober 2022) 209.291 Unterschriften. Neben zahlreichen geplanten und global ausgeführten Online- und Offline-Aktionen, wie beispielsweise der Spenden-Aktion für Organisationen wie „Girl Up“ oder „Trevor Project“, einer nationalen Organisation, die Krisenintervention und Selbstmord-Prävention für LGBTQIA+-Jugendliche unter 25 anbietet⁶⁰⁴, einem Banner mit dem Hashtag, der via Flugzeug über das Netflix Headquarter in Los Angeles flog, mehreren #SaveShadowhunters-Billboards am Times Square in New York, in einer U-Bahn-Station in Seoul, sowie auf zwei roten Doppeldecker-Bussen in London und Bannern in San Diego, Toronto, München, Düsseldorf, Buenos Aires und viele mehr, war es vorrangig das Posten, Kommentieren und Teilen auf Twitter und anderen Plattformen, die massive Fan-Beteiligung aufbrachte.

Unter diesen Beiträgen fiel vor allem ein vermehrter Einsatz von Memes und GIFs in den Beiträgen auf der Plattform Twitter auf. Dabei wurden sowohl statische Memes, darunter auch häufig die Variante der Stacked Memes, sowie auch bewegliche GIFs verwendet. Besonders auffallend ist auch ein vermehrter Einsatz von Bildmaterial der Serie selbst. Darunter fällt, neben Szenen-Sequenzen und Screenshots von Szenen auch extratextuelles Material, beispielsweise von Interviews mit den Schauspieler*innen oder Award-Show-Auftritte. Ein starker Bezug zu dem Quell-Material ist demnach zu beobachten. Markant dabei ist auch der Einsatz der Artefakte zur Generierung von Aufmerksamkeit. Ein Bild, und noch effektiver ein bewegliches Bild, zieht das Auge mehr auf sich als reiner Text. Eine Vielzahl der verwendeten Memes und GIFs der Kampagne folgen demnach lediglich dem Zweck, die Aufmerksamkeit der Betrachtenden auf den jeweiligen Beitrag zu ziehen.

Nachdem vorerst vor allem Pastiche- und Aufmerksamkeitsökonomische Zwecke auffallend sind und identifiziert werden können, wird im folgenden Kapitel ein genauerer Blick auf ausgewählte Artefakte der Kampagne geworfen. Die Analyse dieser Artefakte bezieht sich folgend auf die Herausarbeitung der Bedeutungsebenen, um dadurch die mediale Darstellung der jeweiligen Funktionen des Artefaktes aufzuzeigen.

⁶⁰⁴ Vgl. Henderson, Taylor, „„Shadowhunters‘ Donates 25K to Trevor Project Ahead of 2.5-Hour Finale“, *Pride*, 2019, <https://www.pride.com/tv/2019/3/27/shadowhunters-donates-25k-trevor-project-ahead-25-hour-finale> [13.06.2020].

7.2. Analyse-Beispiel 1: „Boy Bye“



Jay #SaveShadowhunters
@WriterJay2022

Antwort an @FreeformTV @BasicShadowStuf und 10 weitere

We.....boy bye

#SaveShadowhunters #FreeFlop



Abb. 4: Boy Bye-Meme, User*in: "@WriterJay2022",
Twitter, 12.11.2018,
<https://twitter.com/WriterJay2022/status/1061857130964307968>

Dieses Beispiel verwendet das sogenannte „Confused Black Girl“⁶⁰⁵-Meme-Template, das aus einem statischen Bild, beziehungsweise Foto eines Mädchens mit scheinbar verwirrtem Blick besteht.

Eine der frühesten Erscheinungen dieses Fotos als Meme war am 30. April 2014 auf der Website „9Gag“, wo es unter dem Titel „New meme incoming: Confused Black Lady“ gepostet wurde.⁶⁰⁶ „9Gag“ ist eine Meme-Sharing-Website auf der seit 2008 verschiedenste, beliebte Memes gepostet und gesammelt werden.⁶⁰⁷ Am 11. Mai 2014 wurde eine Facebook-Seite mit dem Titel „Confused Black Girl Meme“ gestartet, die bereits im Juli desselben Jahres über 68.000 Likes erhielt. Schließlich wurde dem Meme eine weitere

Facebook-Seite gewidmet unter dem Namen „Confused Black Girl“, was sich daraufhin, bis heute, als Titel des Memes durchsetzte.⁶⁰⁸

Auf den ersten Blick, unabhängig von jeglichem Kontext, ist es das Bild eines Mädchens in blau/violetter T-Shirt, beigem Haarband und einem hoch gebundenen Zopf, der sich wie eine Palme über ihrem Hinterkopf aufspannt. Sie steht seitlich zur Kamera gerichtet und wirft dieser einen Blick zu, der bereits beim ersten Betrachten als verwirrt, genervt und/oder skeptisch gedeutet werden kann. Sie hebt ihre Hand, Handfläche nach oben zeigend und Finger ausgestreckt, Richtung Kamera. Diese Geste bestärkt den Eindruck von Skepsis und vermittelt, zusammen mit den zusammengezogenen Augenbrauen, gerümpfter Nase und den geschürzten Lippen, ein Gefühl von Abneigung gegenüber der Kameraposition. Sie wundert sich, in sichtbar abweisender Weise, über etwas gerade Gesagtes oder eine gerade ausgeführte Handlung. Die auslösende Handlung oder Aktion kann von den Betrachtenden durch das Bildliche allein

⁶⁰⁵ Zach, „Confused Black Girl“, *Know Your Meme*, 2022, <https://knowyourmeme.com/memes/confused-black-girl> [16.08.2022].

⁶⁰⁶ Vgl. Zach, „Confused Black Girl“, *Know Your Meme*, 2022.

⁶⁰⁷ Vgl. o.N., „9GAG“, *Know Your Meme*, 2020, <https://knowyourmeme.com/memes/sites/9gag> [16.08.2022].

⁶⁰⁸ Vgl. Zach, „Confused Black Girl“, *Know Your Meme*, 2022.

jedoch nicht ermittelt werden.

Ihr Blick, ihre Reaktion, wirkt ebenfalls sehr herablassend. Worauf sie reagiert, ist für sie scheinbar verwirrend, lächerlich, absurd, fast schon anwidern und entsetzend. Sie scheint mit ihrem Blick und ihrer Geste zu fragen: „Was soll das?“ oder „Ist das dein Ernst?“ Kurz gesagt wird hier eine sichtbar negative Reaktion auf etwas dargestellt und vermittelt, dessen Auslöser durch diese bildliche Ebene an sich nicht geklärt werden kann.

Das gesamte GIF besteht nur aus diesem Mädchen, sie ist das einzige Motiv, der einzige Gegenstand, die einzige Figur dieses Artefaktes. Zusätzlich ist sie, als Motiv, vervielfacht dargestellt, von ganz groß und herangezoomt, so dass sie aus dem Bildrahmen hinausragt, bis hin zu ganz klein, sodass sie fast nicht mehr erkennbar ist. Die größte, herangezoomte Version von ihr erscheint dadurch fast wie ein lediglich lilafarbener Hintergrund. Tatsächlich handelt es sich jedoch um das T-Shirt des Mädchens – eine Beobachtung, die nicht gleich beim ersten Betrachten ersichtlich wird.

Die Herausarbeitung der vorikonographischen Elemente, das heißt der plastischen, abgebildeten Gegenstände, Figuren und Motive, sowie bestimmter psychologischer Faktoren, wie beispielsweise dem Ausdruck der Figuren, erweist sich somit als nicht ausreichend für eine genaue Interpretation und Analyse des Artefaktes. Es kann an dieser Stelle lediglich geschlussfolgert werden, dass es sich um einen negativen Ausdruck handelt.

Zusätzlicher Kontext wird benötigt, um alle Ebenen dieses GIFs zu verstehen und schließlich die Funktion oder Funktionen, denen das Artefakt zugeordnet werden kann, sichtbar zu machen. Dieser zusätzliche Kontext wird, wie im Folgenden noch genauer ausgeführt, unter anderem, durch die linguistische Ebene, sowie bestimmte Umgebungsfaktoren gegeben und geboten.

GIF & Bewegung

Besonders ist in diesem Fall, dass das Motiv dieses bekannten Memes – das Mädchen mit verwirrtem, abweisendem Blick, beziehungsweise das „Confused Black Girl“ – nicht nur mehrfach dupliziert ist, sondern von der Userin „@WriterJay2022“ in Form eines GIFs veröffentlicht wurde. Das bedeutet, dass es sich nicht um eine statische Form dieses Memes handelt, sondern nun auch Bewegung mit im Spiel ist. Das GIF zeigt dem*r Betrachter*in das duplizierte Motiv in ständiger Wiederholung. Die Bewegung ist sehr schnell und fließt scheinbar von der kleinsten Iteration des Meme-Motivs zur größten, wobei hier nicht genau gesagt, beziehungsweise erkannt werden kann, ob sich das GIF vom Kleinsten zum Größten oder vom Größten zum Kleinsten bewegt. Die Bewegung selbst ist dabei scheinbar fließend, jedoch sind zwischen den Schleifungen ruckhafte Lücken wahrnehmbar, die diese nahtlose

Illusion kurzzeitig unterbrechen und somit die Aufmerksamkeit des Auges auf die Bewegung selbst richten. Die repetitive Wiederholung desselben Motivs, ohne erkennbaren Anfang oder Ende, erzielt eine hypnotische Wirkung, vor allem bei längerfristiger Betrachtung. Die, eben erwähnten, bestehenden Lücken in der Bewegung lösen dabei kognitive Prozesse bei den Betrachtenden aus, die wiederum dafür sorgen, dass sich diese länger mit dem Artefakt beschäftigen, wie Mckay, in Anbetracht solcher ruckartiger Bewegungen, beschreibt: „When watching this jerky motion, the viewers brain becomes actively engaged in the process, working to fill in the gaps in the action, creating a sense of motion that is never quite seamless, and thus never quite complete as an illusion.”⁶⁰⁹ Die spezifische Bewegung des Bildes sorgt somit dafür, dass die Aufmerksamkeit der Betrachtenden, in der Fülle an Beiträgen und Kommentaren auf der Plattform, auf sich gerichtet wird.

Die repetitive, hypnotisierende Bewegung bewirkt zudem, wie in Kapitel sechs beschrieben, eine Verstärkung der Emotion. Ein und derselbe Ausdruck springt den Betrachtenden immer und immer wieder ins Gesicht, in einer nicht-endenden Bewegung. Die zu vermittelnde Abneigung wird dadurch immer wieder wiederholt, betont und visuell bestärkt.

Die Modifikation des bekannten „Confused Black Girl“-Memes zu einem GIF wirkt sich demnach auf vielfache Weise auf dessen Wirkung aus. Die Besonderheit der Schleifung, sowie der Bewegung generell, führt dazu, die Aufmerksamkeit der Betrachtenden auf den Beitrag zu ziehen. Diese Aufmerksamkeit wird, durch die hypnotisierende und gleichzeitig kognitiv-anregende Wirkung länger gehalten, was zudem, durch die ständige Wiederholung und Duplikation eines bestimmten Ausdrucks, die zu vermittelnde Emotion und affektive Wirkung verstärkt.

Linguistische Ebene

Betrachtet man die bildliche Ebene allein, zeigt, beziehungsweise vermittelt diese bereits, wie oben erwähnt, eindeutig ein Gefühl von Verwirrung und Abneigung. Man weiß jedoch nicht, worauf sich diese Reaktion bezieht. Um in solchen Fällen Klarheit zu schaffen, beziehungsweise alle Bedeutungsebenen freizulegen, betrachtet man Memes und GIFs stets zusammen mit ihren Umgebungsfaktoren. Dies ist, unter anderem, der Kontext, in dem dieses Artefakt verwendet wurde, also das mediale Umfeld: Wo wurde es veröffentlicht, wurde es als Antwort auf einen Beitrag erstellt oder als alleinstehender Beitrag und an wen ist dieses Artefakt adressiert. Weiters ist die linguistische Ebene, wie Captions, Kommentare oder Text im Bild

⁶⁰⁹ Mckay, 2018.

von Bedeutung. Diese kann dabei, wie in Kapitel fünf beschrieben, die Interpretation eines visuellen Artefaktes erweitern oder auch rahmen.

Im „Know Your Meme“-Eintrag zum Confused-Black-Girl-Meme wird beschrieben, dass sich der Text, der dieses spezifische Meme begleitet, beziehungsweise diesen Memes zugefügt wird, typischerweise auf eine frustrierende oder verwirrende Situation bezieht.⁶¹⁰ Auch in dem Analyse-Beispiel gibt die textuelle Ebene um das Bild Klarheit über die Intention des GIFs. In diesem Fall wird hier der*die Empfänger*in der negativen Reaktion, sowie die auslösende Situation geklärt. Das Bildliche wird dadurch kontextualisiert und so die zuvor aufgestellten Vermutungen und Interpretationen zum Bildlichen versichert, beziehungsweise bestätigt.

Die Bild-Text-Relation dieses Beispiels ist charakterisiert durch duales Lesen und bildet somit keinen Imagetext. Der*die Betrachter*in muss die beiden Modalitäten separat wahrnehmen. Die sich ergebende Beziehung zwischen Bild und Text ist in diesem Fall der Anchorage-Relation zuzuordnen, da der Text die Bedeutung des Bildes in eine bestimmte Richtung steuert und dabei auch mögliche andere Interpretationen ausschließt.

Durch kontextualisierende Umgebungsfaktoren kann schließlich erkannt werden, was die auslösende Situation für den im Bild dargestellten Ausdruck ist, das heißt, worauf sich diese Reaktion beziehen soll, sowie den*die Adressat*in dieser Nachricht.

Das Artefakt wurde von der Userin „@WriterJay2022“ auf der Plattform Twitter, als Antwort auf einen Beitrag des Senders Freeform, veröffentlicht. Es ist an dieser Tatsache bereits ersichtlich, dass sich die Userin mit ihrer Nachricht an Freeform wendet. Durch den Hashtag „#FreeFlop“ in der Caption, weist sie diesen Sender dann noch einmal ganz eindeutig als Ziel dieses Beitrags, beziehungsweise dieser Reaktion aus. In jenem Beitrag, auf den sich die Userin mit dem Artefakt bezieht, hat Freeform eine Gratulation an die Fans von SHADOWHUNTERS für vier gewonnene People’s Choice Awards ausgesprochen. In der Caption dieses Beitrags, wie in Abbildung 5 zu erkennen, heißt es: „Massive congratulations to our @ShadowhuntersTV fam. Guys, we just won 4 @PeoplesChoice



Abb. 5: Freeform-Beitrag, User*in: "@FreeformTV", Twitter, 12.11.2018, <https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768>

⁶¹⁰ Vgl. Zach, „Confused Black Girl“, *Know Your Meme*, 2022.

Awards. [...]”⁶¹¹ In ihrer Antwort auf diesen Beitrag schreibt die Userin @WriterJay2022, begleitend zu dem GIF: „We.....boy bye“.

Durch diesen linguistischen Zusatz wird auch deutlich, dass sich die Ablehnung und Verwirrung, die durch das GIF ausgedrückt wird, spezifisch auf die Verwendung von „we“ in dem Beitrag von Freeform bezieht. Hierauf wird im weiteren Verlauf noch genauer eingegangen.

Es werden aus diesen, bis dato dargestellten Informationen bereits zwei Funktionen, die diese GIF-Verwendung verfolgt, deutlich: Die Darstellung von Emotion und Affekt, sowie eine gewisse Grenzziehung und Bemächtigung durch die Userin. Wie sich diese Funktionen in diesem GIF medial äußern, wird im Folgenden genauer betrachtet und dargestellt.

Funktion(en)

Trotz der Tatsache, dass ein*e Betrachter*in den Ausdruck des Mädchens auch ohne Hintergrundwissen als verwirrt oder ablehnend interpretieren kann, eröffnen sich, mit spezifischerem Wissen, über Kontext und Referenzen, die Bedeutungsebenen des Artefaktes. Die Userin schöpft hier aus mehreren populärkulturellen Archiven, weshalb Vorwissen zu mehreren Bereichen vorhanden sein muss, um die verschiedenen Referenzen, sowohl auf Bild- als auch auf Text-Ebene zu verstehen.

Zunächst handelt es sich hier um ein populäres Meme-Motiv, über dessen spezifische, ikonische Bedeutung, als humorvolle Vermittlung von Gefühlen wie Frustration und/oder Verwirrung, beziehungsweise Ablehnung, man Bescheid wissen muss, um es auch auf passende Weise selbst einzusetzen.

Das diesem GIF zugrundeliegende Meme-Template zeigt einen einzigen Ausdruck, via eines Gesichts im (Shoulder-)Close-Up. Der Fokus dieses visuellen Artefaktes liegt direkt auf dem Ausdruck und der Geste des abgebildeten Mädchens; es ist nichts anderes, als das Mädchen und ihr Ausdruck im Bild zu sehen.

Die Figur, die im Artefakt abgebildet ist, reagiert, wie bereits erwähnt, auf ein Geschehnis oder etwas Gesagtes mit Verwirrung und Abweisung. Es handelt sich somit um einen reaktionären Ausdruck und diese spezifische Expression ist der Fokus des Bildausschnittes. Dieser Ausdruck und diese Geste werden wieder und wieder wiederholt.

Da das GIF eine Antwort auf einen vorangegangenen Beitrag darstellt, kann es somit als Reaction-GIF klassifiziert werden, das die Betrachtenden auch dazu einlädt, die dargestellte,

⁶¹¹ Eigene Hervorhebung im Text

vermittelte Reaktion zu teilen.⁶¹² Das visuelle Artefakt fungiert hier als Co-Speech-Geste, als Proxy für die Userin, und ist daher als verkörperte Demonstration der Emotionen und affektiven Reaktion der Userin auf die Aussage von Freeform zu verstehen. Der emotionale Inhalt des Textes wird visuell inszeniert.

Es wird eine Ablehnung, eine Ungläubigkeit auf Gesagtes vermittelt. Die Userin bedient sich der visuellen Sprache von GIFs, um ihren eigenen emotionalen Zustand, beziehungsweise ihre eigene emotionale Haltung und Reaktion zu der Aussage von Freeform, via der Mimik und Gestik eines anderen Körpers, zu vermitteln. Diese spezifische Gestik und Mimik nimmt dabei, wie bereits erwähnt, den gesamten Bildrahmen ein. Der Fokus auf die Expression allein bedeutet auch, wie oben erwähnt, dass der*die Betrachter*in nicht unbedingt den Kontext der Situation oder des Originalbildes kennen muss, um zu verstehen, dass es sich hier um eine abweisende, negative Reaktion handelt. In diesem Fall, um Dancygier und Vandelanottes Worte wieder aufzubringen, wird der emotionale Standpunkt, der durch das Meme ausgedrückt wird, der Userin zugeschrieben und auf den vorangegangenen Beitrag bezogen.⁶¹³ Das Confused-Black-Girl führt die verwirrte, ablehnende Gestik und Mimik stellvertretend für die Userin aus, und ladet gleichzeitig die Betrachtenden dazu ein diese Haltung zu teilen. Im Kontext der Shadowhunters-Kampagne geht die Userin auch davon aus, dass andere Fans diese Haltung teilen und diesen emotionalen Ausdruck und die Reaktion richtig verstehen. Wie im weiteren Verlauf, in Anbetracht der weiteren Funktionen dieses GIFs, ersichtlich wird, ist dieses Teilen der ablehnenden Haltung auch deutlich zu erkennen.

Es handelt sich bei diesem Beispiel, wie eben erwähnt, um eine Antwort auf einen vorangegangenen Beitrag des Senders Freeform, der sich wiederum auf ein ganz spezifisches Ereignis bezieht. Dieses Ereignis ist der Gewinn von vier People's Choice Awards, dessen Nominierung alleiniger Verdienst der Fans war. Die Serie SHADOWHUNTERS war, bei den E! People's Choice Awards 2018 in einer einzigen Kategorie nominiert. In der finalen Runde der Nominierungen fand sich die Serie jedoch, dank dem Einsatz der Fans und trotz Bekanntgabe der Absetzung, in fünf unterschiedlichen Kategorien wieder: „Show of 2018“, „Most Bingeworthy Show of 2018“, „Best Sci-Fi/Fantasy Show of 2018“, „Male Star of 2018“ und „Female Star of 2018“. Vier dieser Nominierungen resultierten schließlich auch in Gewinnen. Es war ein großer Erfolg und Stolz der Fans während der Kampagne, dass eine bereits abgesetzte Serie in fünf Kategorien nominiert wurde und schließlich auch vier Gewinne

⁶¹² Vgl. Soegito, 2019, S. 285.

⁶¹³ Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 589.

erzielte. Dies brachte der Kampagne, sowie der Serie vermehrte Aufmerksamkeit, wie Messiano beschreibt: „Getting the entire cast of *Shadowhunters* to the E! People’s Choice Awards solely because of fan voting was a huge feat in bringing about an increased awareness around the show.”⁶¹⁴ Vor diesem Hintergrundwissen erscheint der Ärger, die Verwirrung und Ablehnung der Userin, und in weitere Folge der SHADOWHUNTERS-Fans, auf Freeforms Versuch der Teilnahme an dieser Leistung, bedeutungsvoller. Dieser Versuch des Senders, Teil der Gemeinschaft, Teil des beachtlichen Erfolges zu sein, nachdem dieser die Serie absetzte, wird hier klar abgelehnt und somit auch die Grenzen der „ingroup“ markiert, was im weiteren Verlauf noch genauer ausgeführt wird.

Bei der Aussage „Boy Bye“ handelt es sich um eine spezifische popkulturelle Referenz, eine an sich beliebte Meme-Catchphrase. Es ist ein Verweis auf den Beyoncé Song „Sorry“ aus dem Jahr 2016. Die Phrase „Boy Bye“ ist als Weiterentwicklung der 2014 zum Meme gewordenen Phrase „Bye Felicia“ zu betrachten.⁶¹⁵ Bye Felicia ist ein Spruch aus dem 1995 erschienen Komödien-Film „Friday“. Im Meme-Kontext, beziehungsweise alltäglichen Gebrauch, wurde der Satz zu einer Art „dismissive farewell“.⁶¹⁶ McDow beschreibt in ihrem Beitrag die Boy-Bye-Meme-Phrase passend wie folgt:

„Boy bye is a double entendre, it not only means leave, get out of my face; it also means shut up. You can use it when someone says or does something completely ignorant and you have no other words to describe how disgusted or disappointed you feel. Just as Beyoncé felt in the song ‚Sorry‘, you are dismissed, nothing is left to be said.“⁶¹⁷

Diese Information gibt dem Artefakt schließlich eine weitere Bedeutungsebene, die nicht für alle Betrachtenden gleichermaßen wahrnehmbar ist, beziehungsweise verstärkt und nuanciert die Aussage der Userin. Es stellt eine zusätzliche Ebene der Abweisung gegenüber Freeform und deren Aussage dar. Eine Ablehnung, die gleichzeitig auch eine Bemächtigung mit sich trägt, da Freeform als untergeordnete, abzuweisende Instanz positioniert wird, die versucht an dem Erfolg, an dem Verdienst dieser Gemeinschaft teilzuhaben, es jedoch nicht schafft.

Schließlich findet sich auch in den Hashtags des Beitrags ein referenzieller Verweis, den Außenstehende der Gemeinschaft womöglich nicht verstehen oder wahrnehmen. Mit dem

⁶¹⁴ Messiano, Marissa, „Shadowhunters. 10 Greatest Save Shadowhunters Movement Moments“, *Hidden Remote*, 2019, <https://hiddenremote.com/2019/02/26/10-greatest-save-shadowhunters-moments/7/> [10.03.2020].

⁶¹⁵ Vgl. o.N., „The Beyoncé Dictionary. From ‚Becky‘ to ‚Boy Bye‘“, *Reader’s Digest*, o.D., <https://www.readersdigest.co.uk/culture/music/the-beyonce-dictionary-from-becky-to-boy-bye> [20.12.2022].

⁶¹⁶ o.N., „Bye Felicia“, *Know Your Meme*, 2021, <https://knowyourmeme.com/memes/bye-felicia> [16.08.2022].

⁶¹⁷ McDow, Candis, „What Does ‚Boy Bye‘ in Beyoncé’s Song Mean?“, *New York Gal*, o.D., <https://nygal.com/what-does-boy-bye-in-beyonces-song-mean/> [16.08.2022].

Hashtag „FreeFlop“ verweist die Userin auf den verspottenden Spitznamen, der dem Sender Freeform während der Kampagne von den Fans gegeben wurde. Es wurde zu einem „running gag“ des Fandoms, zu einem klaren Zeichen des Ärgers und der Opposition zu dem Sender und dessen Entscheidung die Serie abzusetzen. Auch bezog sich dieser Spitzname auf die Art und Weise, wie Freeform den Fans und deren Bemühungen, während dem Lauf der Kampagne begegnete, denn diese war gekennzeichnet von Ignoranz und teilweise auch Spott.

An dieser Stelle wird eine abgrenzende und gleichzeitig bemächtigende Funktion immer deutlicher. Das Fandom positioniert sich in der Machtposition, die es ihnen ermöglicht, Freeform belächelnd abweisen zu können. Nach Lynch kann, wie in Kapitel sechs beschrieben, eine Person als lächerlich, und demnach untergeordnet, erfahren werden, wenn sie oder er unangemessen angesichts eines Sets von abgestimmten Gruppen- oder Gesellschaftskriterien agiert.⁶¹⁸ Das Gegenüber, auf das die Userin reagiert, in diesem Fall Freeform, wird ins Lächerliche gezogen und ihr, beziehungsweise dem Fandom, unterstellt. Durch die Verwendung der Meme-Phrase „Boy Bye“, als Aussage von „you are dismissed“ wird dies noch einmal deutlicher gemacht. Dieses Gefühl von Bemächtigung via Belächeln und Lächerlich-Machen des Gegenübers wird durch die bildliche Ebene besonders hervorgehoben. Der hier verwendete Humor bezieht sich auf die Betonung eines Fehlverhaltens und verstärkt dadurch den Abgrenzungs-Aspekt dieses Artefaktes.

Die Geste der ausgestreckten Hand zeigt einerseits Verwirrung und hält andererseits das Gegenüber auf Abstand damit. Die endlose Wiederholung dieser Geste und des abwertenden Blickes vervielfacht auch die vermittelte Abneigung und das Unverständnis. Der Loop verstärkt demnach die Nachricht.

Das Motiv des Mädchens ist omnipräsent, da es mehrmals im GIF vorhanden ist und sich die Bewegung, durch den Loop, endlos wiederholt. Das Mädchen im Bild steht für das Fandom, was es an dieser Stelle auch erlaubt zu interpretieren, dass dessen Mitglieder allgegenwärtig sind; sie sind überall, ob groß, ob klein, und sie geben nicht auf. Sie werden in endloser Bewegung weiter um die Rettung der Serie kämpfen. Die Gemeinschaft, das Kollektiv des Fandoms ist stark und hat diesen Erfolg bei den People’s Choice Awards geschafft und erlaubt es Außenstehenden, vor allem der Medienindustrie, wie hier dem Sender Freeform, nicht in diese Gemeinschaft einzutreten. Die Grenzziehung ist hier klar ersichtlich: Freeform ist nicht Teil der *ingroup*, nicht Teil dieser Exklusivität und nicht Teil des Erfolges. Der Gedanke, Freeform habe etwas mit diesem Erfolg zu tun, wird als derart absurd dargestellt,

⁶¹⁸ Vgl. Lynch, 2002, S. 426.

dass es schon ins Lächerliche zu ziehen ist, wie Meyer passend beschreibt: „Communicators imply that others‘ actions not only are unexpected, but unacceptable, and hence worthy of opposition in the form of discipline by laughter.”⁶¹⁹ Wie Meyer hier erläutert, geht mit diesem GIF eine eindeutige Grenzziehung und auch eine gewisse Disziplinierung von Seiten des Fandoms einher.

Die Userin „@WriterJay2022“ macht hier klar, dass solch ein Versuch nicht akzeptiert wird, dass dies gar absurd ist und dass die Grenzen der Gemeinschaft bewahrt werden. Gleichzeitig etabliert sich hier das Fandom als überlegen, da es, als exklusive, starke Gemeinschaft, an der Freeform so gerne teilhaben will, geschafft hat, SHADOWHUNTERS zu nominieren.

Wie in Kapitel sechs dargestellt, sind die Hauptfunktionen des Überlegenheitshumors die Kritik an einer Opposition, sowie die Vereinigung einer Gruppe. Die Userin kritisiert Freeform dafür, diesen Gewinn, diese Leistung auf sich selbst zu beziehen und verbindet sich dabei gleichzeitig mit allen anderen Mitgliedern des Fandoms, die diesen Verdienst geleistet haben und das Lob verdienen.⁶²⁰ Sie adressiert damit einerseits Freeform (in abgrenzender, disziplinierender Weise), und andererseits ihre familiäre, bekannte Gemeinschaft, mit der sie nicht nur eine Leidenschaft für das Fan-Objekt und demnach gewisse Ansichten und Vorlieben teilt, sondern mit der sie auch gerade dabei ist um eine Veränderung zu kämpfen. Mit der Verwendung eines Reaction-GIFs, sowie kontextuellen Bezügen und Referenzen zu spezifischen Gegebenheiten und Ereignissen, richtet sich die Userin, neben Freeform, vor allem auch an die Gemeinschaft von Fans, die diese spezifische Reaktion teilen. Die Userin, als Fan, geht davon aus, dass die Mitglieder der Gemeinschaft diese Reaktion teilen und richtig verstehen werden. Diese Annahme bestätigt sich in der Betrachtung weiterer Umgebungsfaktoren, wie Kommentare anderer User*innen. Von 483 Kommentaren zu dem Beitrag von Freeform, beziehen sich mehr als die Hälfte, in variierenden Ausführungen, auf den Verstoß Freeforms, sich als Teil der Gemeinschaft zu bezeichnen. Besonders die Verwendung von „we“ wird, wie auch in diesem Beispiel von „@WriterJay2022“, oft negativ hervorgehoben. Das Artefakt ist somit eingebettet in eine Umgebung von Gleichgesinnten, die diese Reaktion nicht nur teilen, sondern aktiv und öffentlich preisgeben. Wie in Abbildungen 6-8, auf der folgenden Seite, zu erkennen, haben hier viele User*innen ebenfalls auf den Einsatz von GIFs zurückgegriffen, um ihre affektive Reaktion visuell zu demonstrieren und zu

⁶¹⁹ Meyer, 2000, S. 326.

⁶²⁰ Vgl. Boxman-Shabtai/Shifman, 2014, S. 980.

veranschaulichen. Ein bestärkendes Gefühl von Gemeinschaft wird, durch diesen Rückhalt des Fandoms, zudem erzeugt.

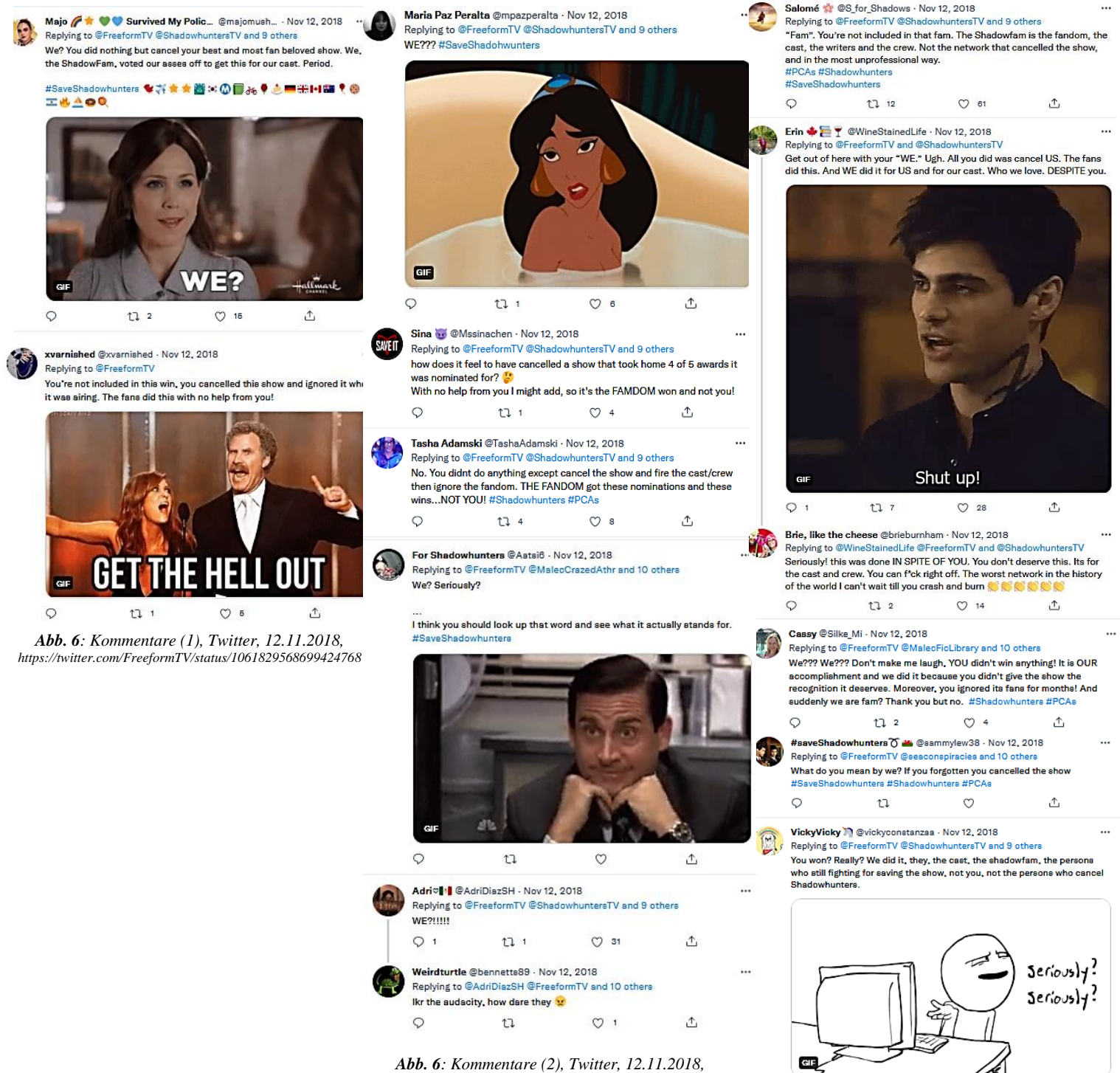


Abb. 6: Kommentare (1), Twitter, 12.11.2018,
<https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768>

Abb. 6: Kommentare (2), Twitter, 12.11.2018,
<https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768>

Abb. 8: Kommentare (3), Twitter, 12.11.2018,
<https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768>



*Abb. 7: Boy Bye-Meme, User*in:
"@WriterJay2022", Twitter, 12.11.2018.*

Auch stilistisch erscheint hier eine Grenzziehung zu professionellen Mainstream-Medien, wie jenen von Freeform. Das Motiv des Mädchens wurde in der Duplizierung sichtbar schlampig übereinander gefügt, die schroffen, unebenen Ränder um das Mädchen herum sind klar ersichtlich. Zusätzlich hat das Bild durch die Bearbeitung drastisch an Schärfe verloren. Diese scheinbare Unbekümmertheit gegenüber ‚üblicher‘ ästhetischer Bild-Qualität kann somit, nach Douglas Beschreibungen des Internet-Ugly-Trends, als Code fungieren, der dieses GIF als authentischer oder weniger Mainstream kennzeichnet.⁶²¹ Es kann somit interpretiert werden, dass die Userin diesen Trend der Internet-Meme-Kultur kennt und sich durch den ‚richtigen‘ Einsatz und die Wertschätzung dieser Ästhetik, als Teilnehmerin dieser Gemeinschaft positioniert. In diesem Sinne ist hier auch eine gezielte Grenzziehung zu erkennen, wie Literat und Van den Berg beschreiben: „[T]he apparent carelessness when it comes to graphic qualities is intentionally cultivated by Internet in-groups, and deliberately difficult for outsiders to imitate or appreciate.”⁶²² Nicht nur über den Bild-Inhalt und die textuelle Ebene, sowie den dadurch vermittelten Humor, sondern auch über die spezifische Stilistik wird somit eine Grenze zu Freeform und jeglichen Mainstream-Medien sichtbar. Es wird eine Zugehörigkeit zu Meme-Kultur ausgewiesen, die nur andere Mitglieder dieser Gemeinschaft zu verstehen und zu schätzen wissen.

Ikonologische Ebene

Nach Panofskys drei-Stufen-Modell der Bildinterpretation wirken schließlich auch auf ikonologischer Ebene mehrere Faktoren auf die Interpretation dieses visuellen Artefaktes. Die Ausführung und Darstellung dieses ausgewählten Artefaktes folgt dem sich etablierten Modell von visuellen Memes, beziehungsweise in diesem Fall, spezifisch von Reaction-GIFs. Damit gehen eine bestimmte Ästhetik und Darstellungsweise einher, wie, unter anderem, in Kapitel fünf beschrieben. Bei diesem Beispiel handelt es sich einerseits um die spezifische Ästhetik von Reaction-GIFs, die, wie erwähnt, besonderen Fokus auf aussagekräftige Mimiken und Gestiken legen, und andererseits scheint hier auch der Internet-Ugly-Stil auf; zu erkennen durch die scheinbare Unbekümmertheit der Qualität des Bildes. Es handelt sich hier demnach um eine

⁶²¹ Vgl. Literat/Van den Berg, 2019, S. 244-245.

⁶²² Ibid., S. 246.

stilistische Strömung und etablierte Ästhetik der Entstehungszeit, die die Art und Weise beeinflusst haben, wie Inhalte im Artefakt dargestellt werden. Schließlich ist dieses Artefakt, mit Shifmans Worten, „part of a collective of media“ und demnach auch mit jeglichen anderen Variationen dieses Meme-Musters verbunden, sowie von der breiteren Meme-Kultur beeinflusst und mit dieser in gewissem Sinne ebenfalls verbunden.

Wie bereits im Kontext der Kommentare ausgeführt, haben im Falle von Memes und GIFs auch jegliche Umgebungsfaktoren starke Auswirkungen auf die Wirkung des Artefaktes. Auch die spezifische Plattform, auf der das Artefakt veröffentlicht wurde, wirkt sich somit auf die Interpretation aus.

Das GIF befindet sich auf der Plattform Twitter, einer der Haupt-Schauplätze der Fan-Kampagne. Twitter ist, neben Tumblr, eine der größten Microblogging-Seiten.⁶²³ Microblogging Dienste befinden sich zwischen traditionellem Blogging und Online Social-Networking.⁶²⁴ Täglich ist die Plattform mit hunderten und tausenden von Beiträgen, auch „Tweets“ genannt, befüllt worden, darunter auch zahlreiche Memes und GIFs. Diese Beiträge trugen stets mindestens einen der spezifischen Hashtags der Kampagne, um sich so eindeutig der Kampagne dienend zu markieren. Die Anzahl der Tweets wurde täglich gezählt, analysiert und die Ergebnisse für andere Fans und Teilnehmer*innen der Kampagne veröffentlicht. Dies geschah auch mit der Hoffnung, Außenstehende, vor allem Industrievertreter*innen, auf die hohen Zahlen und die starke Einsatzbereitschaft, beziehungsweise das enorme Interesse an der Serie, aufmerksam zu machen. Twitter bot den Fans in diesem Sinne zusätzlich ein Gefühl von Macht und Sichtbarkeit, da die Verantwortlichen, wie Freeform oder auch die Schauspieler*innen der Serie selbst, auf der Plattform vertreten sind. Maloney beschreibt hierzu: „Audiences, through social media, have [...] established an increasingly direct feedback channel with TV studios and creators.“⁶²⁵ Die Teilnehmer*innen der Kampagne, die Fans, konnten sich so mit ihren Anliegen, ihrem Ärger, ihren Wünschen und Forderungen, aber ebenso auch den Erfolgen der Kampagne, direkt an Industrievertreter*innen, wie dem Sender Freeform oder Netflix wenden, was ein Gefühl von Macht und Sichtbarkeit erhöhte. Das Online-Setting erleichtert zudem das Zusammenführen zahlreicher Fans auf der ganzen Welt.

⁶²³ Vgl. Chang, Yi /Lei, Tang/Yoshiyuki, Inagaki/Yan, Liu, „What is Tumblr. A Statistical Overview and Comparison“, 2014, <https://doi.org/10.48550/arXiv.1403.5206> [10.08.2022], S. 2.

⁶²⁴ Vgl. Chang/Tang/Inagaki/Liu, 2014, S. 1.

⁶²⁵ Maloney, „How Star Trek Fans Helped Change TV Forever“, 2017.

Die Plattform Twitter fördert ein partizipatives Miteinander, eine, wie in Kapitel drei erwähnte, „Architektur des Mitwirkens“⁶²⁶. Die Teilnahme an der Kampagne war via Twitter sehr einfach gestaltet. Beiträge, in dem Fall vermehrt GIFs und Memes, können selbst veröffentlicht, beziehungsweise benutzt werden, oder einfach geliked, kommentiert oder „retweeted“ werden – ein Akt, bei dem ein Beitrag eines*r Users*in von einem*r anderen User*in wieder veröffentlicht wird. Die Zahl der Teilnehmenden stieg somit schnell und stetig an und gab den Fans ein weiteres Gefühl der Macht, sich in solchen Mengen vertreten zu sehen und zusammen für ein gemeinsames Ziel zu kämpfen.

Die Funktionen zeigen sich somit in der spezifischen und gekonnten Zusammenführung von Bild und Text, und dem damit zusammenhängenden Spiel mit den verschiedenen Bedeutungsträgern und Referenzen.

⁶²⁶ Androutsopoulos, Janis K., „Multimodal – Intertextuell – Heteroglossisch. Sprach-Gestalten in ‚Web 2.0‘-Umgebungen“, in: Arnulf, Deppermann/Angelika, Linke (Hg.): *Sprache Intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Berlin: De Gruyter, 2010, S. 421, zit.n. Bülow/ Merten/Johann, 2018, S.6.

7.3. Analyse-Beispiel 2: „Jace-Meme“



Abb. 8: Jace-Meme, User*in: „@eleanor_t123“, Twitter, 22.06.2018, https://twitter.com/eleanor_t123/status/1010114076092100608

Bei diesem Beispiel handelt es sich um ein Stacked-Meme, das der User*in „Eleanor Turner“ mehr Platz für eine gewisse Narrativität bietet. Dies führt auch dazu, dass die hier verwendete Catchphrase wirksamer zu machen, da er durch die Bilder illustriert wird. Das Artefakt besteht aus vier Screenshots, die jeweils denselben Mann, mit blonden, glatt gegelten Haaren zeigen, der gerade ein Bier trinkt. Bei dem hier abgebildeten Motiv handelt es sich um den Schauspieler Dominik Sherwood in der Rolle von Jace Wayland aus der Serie SHADOWHUNTERS. Die Bilderreihe, die hier verwendet wurde, zeigt Ausschnitte einer Szenen-Sequenz aus Folge zwei der dritten Staffel, die mit dem Titel „The Powers That Be“ am 27. März 2018 in den USA ausgestrahlt wurde.

Im ersten Bild (links oben) ist Jaces Gesicht in einer Close-Up-Einstellung zu sehen, mit leicht verwirrtem, aber auch selbstgefälligem Ausdruck. Seine Augenbrauen sind zusammengezogen und sein rechter Mundwinkel ist zu einem einseitigen Grinsen hochgezogen. Der Ausdruck vermittelt Ungläubigkeit, durch besagtes Grinsen aber gleichzeitig auch Selbstgefälligkeit. Worauf er reagiert, scheint er als lächerlich zu befinden. Er hält ein Bierglas in der Hand, vermutlich gerade dabei zu trinken. Im darauffolgenden Bild (rechts oben) bestätigt sich diese Vermutung, denn nun ist zu sehen, wie er das Bier Glas zu seinem Mund geführt hat und einen Schluck von dem Bier macht. Seine Konzentration ist auf das Bier und die Handlung des Trinkens gerichtet. Im dritten Bild der Sequenz (links unten) stoppt er, scheinbar überrumpelt, seinen Trinkvorgang. Seine Augenbrauen heben sich leicht in Überraschung und seine Lippen sind in Anspannung und unerwartetem Innehalten zusammengezogen. Diese Reaktion des Unerwarteten, des Schocks, wird im vierten, und finalen Bild der Sequenz (rechts unten) bestätigt und verstärkt. Hier hebt er seinen Blick und man sieht seine weit aufgerissenen Augen; sein Schock und Unbehagen nun klar ersichtlich. Den Schluck Bier offensichtlich immer noch im Mund, nicht in der Lage hinunterzuschlucken. Er scheint wie erstarrt. Jegliche Selbstsicherheit und jegliches vorherige Überlegenheitsgefühl des ersten Bildes sind nun verschwunden. Der Auslöser dieser Reaktion kann durch die Bildsequenz allein, ähnlich wie

im ersten Beispiel, nicht erkannt werden. Fans der Serie können hier jedoch sofort Bezüge zur Serie und dem Kontext der Szene ziehen.

Für Außenstehende, und zum Zwecke der Analyse, wird auch in diesem Beispiel im weiteren Verlauf auf jegliche Umgebungsfaktoren eingegangen, die der Szene und dem spezifischen Einsatz des Artefaktes Kontext verleihen und somit auch die Bedeutungsebenen freigelegt.

Ohne Text und Kontext vermittelt diese Bilderreihe an sich bereits eine Art Geschichte, beziehungsweise, zumindest, den Verlauf einer deutlichen Reaktion auf etwas. Die Bild-Ebene allein kann die Betrachtenden schlussfolgern lassen, dass jemand übermütig und/oder selbstgefällig war und dann damit aufgefliegen ist, dass etwas aufgedeckt wurde, er belehrt wurde, etwas schlecht ausgefallen ist, oder, dass er schlechte, schockierende Nachrichten erhalten hat. Das finale Bild vermittelt letztendlich jedoch, angesichts der gesamten Sequenz, den Eindruck, er wurde bei etwas ertappt, womit er nicht gerechnet hat. Vom ersten Bild an, indem er sehr selbstsicher und selbstgefällig wirkt, zum zweiten Bild, in dem er in Ruhe einen Schluck von seinem Bier macht, denn er wiegt sich in Sicherheit mit seiner Selbstgefälligkeit, hin zum dritten Bild, indem diese Sicherheit gestört wird und schließlich hin zum letzten Bild unten rechts, bei dem ihm der anfängliche Übermut und Selbstsicherheit scheinbar zum Verhängnis werden. Die Userin schafft es hier mit nur vier Bildern eine narrative Sequenz zu vermitteln, die bereits bestimmte Vermutungen und Interpretationen bei den Betrachtenden auslöst.

Die Deutlichkeit der Expressionen und die damit zusammenhängende Verbindung zwischen dem Visuellem und familiären emotionalen Stimmungen würde eine sofortige Zuteilung zu der Funktion als Marker für Emotion und Affekt vermuten lassen. Diese Vermutung zeigt jedoch die Wichtigkeit der Miteinbeziehung aller Umgebungsfaktoren, die die Bedeutung und Interpretation eines jeweiligen Memes oder GIFs beeinflussen können. In diesem Fall gibt die textuelle Ebene um das Bild, in diesem Fall die Caption des Beitrags, essenziellen Kontext für eine „korrekte“ Interpretation. Sie macht damit andere Funktionen sichtbar, die hier im Vordergrund stehen – Bemächtigung, sowie die Markierung von Fandom-Zugehörigkeit. Selbstverständlich wird hier eine emotionale Reaktion bildlich dargestellt, jedoch wird diese, der Caption folgend, nicht der Userin des Artefaktes zugeschrieben. Es wird somit nicht die affektive Haltung der Userin visuell verkörpert, sondern, dem When-Meme, oder hypothetischen Reaction-Meme-Muster folgend, eine hypothetische Situation aufgebracht, die durch das Bild vervollständigt wird.

Es zeigt sich an dieser Stelle auch sehr anschaulich, wie variabel und vielschichtig Memes

eingesetzt werden können, da dieses Meme ohne Probleme und sehr wirksam, in anderen Kontexten, der Funktion zur Markierung des emotionalen Standpunktes des*der User*in dienen könnte.

Zunächst wird nun im Folgenden die textuelle Komponente des medialen Artefaktes dargestellt, die ein wichtiger Bestandteil und Kontextgeber dieses Memes ist. Dabei wird hier sowohl auf den Text im Bild als auch den Text um das Bild eingegangen.

Linguistische Ebene

Die linguistische Ebene im Bild unterstützt und bestätigt in diesem Beispiel die Vermutungen zum Bildlichen. Text und Bild arbeiten so zu einer zentralen Bedeutung zusammen. Der Text beeinflusst, wie die Bilder wahrgenommen werden, während gleichzeitig die Bilder auch beeinflussen, wie der Text aufgefasst und verarbeitet wird. Der Text im Bild verdeutlicht, dass der Protagonist etwas falsch gemacht hat, im Gegensatz zu der naheliegenden Vermutung, dass er lediglich schockierende Nachrichten erhalten hat. Durch den Text wird außerdem die männliche Figur im Bild als derjenige ausgewiesen, der hier mit etwas aufgefliegen ist. Wie der Text für die Betrachtenden klärt, zeigt die Bildersequenz den Moment, indem dem Protagonisten sein Fehlverhalten, sein Fehler klar wird. Dazu verwendet die Userin hier die bekannte Phrase: „It was at this moment he knew... he fucked up“⁶²⁷, wenn auch leicht umgeändert zu „It was at that moment when he knew he fucked up“. Die Phrase ist aufgeteilt auf die vier Bilder und, für den Meme-Aufbau typisch, jeweils am unteren Rand platziert abgebildet. Der Satz bleibt, trotz der Bearbeitung, beziehungsweise Modifikation, erkennbar als der bekannte Catchphrase, der selbst bereits, durch die große Beliebtheit und Verbreitung zu einem Meme geworden ist. Es handelt es sich hierbei um eine Meme-Phrase, die durch sogenannte „Fail Videos“ im Jahre 2013 populär wurde. Diese Fail Videos werden auf der Meme-Website „Know Your Meme“ beschrieben wie folgt: „In the videos, the footage pauses in a black and white freeze frame just before something goes painfully awry, with the voiceover narrator delivering the line with a slow and deep voice.“⁶²⁸

Das erste Auftreten dieses Satzes war auf der Plattform „Vine“ im Jahre 2013, durch den User „McCully Quinn“, der ein kurzes Video mit dem Titel „Jonathan fucked up“ veröffentlichte. In dem Video versucht ein junger Mann mit seinem Scooter seitwärts auf einem dünnen Treppengeländer hinunterzufahren. Kurz bevor dieser dabei mit dem Scooter zu Boden fällt,

⁶²⁷ o.N., „It Was At This Moment He Knew... He Fucked Up“, *Know Your Meme*, 2022, <https://knowyourmeme.com/memes/it-was-at-this-moment-he-knew-he-fucked-up> [19.08.2022].

⁶²⁸ Ibid.

stoppt das Video und wird zu einem Freeze-Frame in schwarz-weiß. Im Voice-Over sind die berühmten Worte zu hören: „It was at this moment that Jonathan knew, he fucked up“. Kurz darauf läuft das Video weiter und der Mann fällt zu Boden.⁶²⁹ Immer mehr Videos in diesem Format tauchten auf und machten den Satz, vor allem im Online-Raum, schließlich zu dem bekannten und weitverbreiteten Meme.

Auch die Userin dieses Beispiels greift somit auf eine in der Meme- und Internet-Kultur bekannte, ikonische Phrase zurück und verbindet sie mit, zumindest im SHADOWHUNTERS-Fandom, bekanntem und markantem Bildmaterial. Angesichts der Bild-Text-Relation fällt dieses Beispiel unter die Kategorie Imagetext, da das Artefakt, mit all seinen Modalitätsteilen, als Ganzes wahrgenommen wird. Bild und Text bleiben formal voneinander getrennt, wirken aber zusammen als Einheit. Keines der beiden Modi, beziehungsweise Ausdrucksformen ist dominanter als die andere, sie bilden eine Synthese. Die Bild-Text-Relation ist zudem als „Anchorage“ einzustufen, da der Text die Interpretation in eine bestimmte Richtung steuert und dabei andere Interpretationen exkludiert. Der linguistische Anker hilft den Leser*innen, in diesem Fall, ihre Wahrnehmung auf bestimmte Bedeutungsebenen zu fokussieren.⁶³⁰ Die Bilder-Sequenz an sich könnte, wie zuvor erwähnt, aufgefasst werden als jemand, der gerade schockierende oder schlechte Nachrichten erfahren hat, oder dem gerade etwas Schockierendes wieder eingefallen ist. Der Text im Bild lenkt die Interpretation der Betrachtenden jedoch in jene Richtung, in der es darum geht, dass die Person im Bild mit etwas aufgefliegen ist, das er lieber für sich hätte behalten wollen, beziehungsweise, dass die Person einen Fehler begangen hat, dem er sich nun bewusst wird. Das Bild wird kontextualisiert und die Interpretation in eine ganz bestimmte Richtung gesteuert.

Fans der Serie können hier, wie bereits erwähnt, auch Bezüge zum Original herstellen. Der Text im Meme kann dabei ohne weiteres auf die Szene selbst bezogen werden. In dieser Szene sind Clary und Jace auf ihrem ersten offiziellen Date, als Paar. Jace, der solch banale Tätigkeiten, wie beispielsweise einen Tisch zu reservieren, nicht gewöhnt ist, muss es hinnehmen, dass die beiden an einen „Gemeinschaftstisch“ geleitet werden, da dies der einzig freie Platz des Restaurants war. Zu Clary und Jaces Überraschung sitzen an diesem Tisch Clarys Exfreund Simon (Alberto Rosende) und dessen neue Partnerin Maia (Alisha Wainwright), mit der wiederum Jace in der Vergangenheit bereits intim war. Die beiden Paare versuchen das Beste aus der Situation zu machen, die Stimmung ist jedoch etwas angespannt und für die Zuseher*innen witzig, da hier komödiantische Momente eingebaut wurden, die die Situation

⁶²⁹ Vgl. „It Was At This Moment He Knew... He Fucked Up“, *Know Your Meme*, 2022.

⁶³⁰ Vgl. White, 2012, S. 29.

lustig darstellen sollen. Schließlich kommt ein Gespräch in Gang und Jace erwähnt ein Tattoo, dass Maia an einer intimen Stelle hat, was folglich zu dem im Meme abgebildeten Ausdruck in seinem Gesicht führt. Denn niemand außer den beiden wusste bis dahin von der Tatsache, dass die beiden intim gewesen waren. Es folgt ein unangenehmer, lustiger Moment der Überraschung und des Schocks in Clarys und Simons Gesichtern. Jace hat sich hier selbst verraten und in heißes Wasser gebracht – er ist sprichwörtlich ins Fettnäpfchen getreten.

Fans der Serie könnten dieses Meme schlicht als Wiedererleben einer lustigen, ikonischen Szene der Serie sehen und diesem Meme somit Pastiche-Zwecke zuordnen. Erneut zeigt sich hier wieder die Wichtigkeit der Umgebungsfaktoren in der Analyse von Memes. Nicht nur der Text im Bild, sondern auch um das Bild herum ist von großer Bedeutung für die Interpretation und stellt die Szene, und somit auch die Funktion(en) des Memes, in einen ganz spezifischen Kontext.

Der Text um das Bild, in diesem Fall die Caption des Beitrags, in der es heißt: „When freeform sees the **plane**“, kontextualisiert die Szene weg von der Serie, weg vom diegetischen Inhalt und hin zum Kontext der SHADOWHUNTERS-Kampagne selbst. Zudem verwandelt der Text um das Bild dieses Meme in eine Variation eines When-Memes. Hier wird die When-Klausel in der Caption aufgebracht und durch das Meme vollendet. Dem Bildlichen kommt somit eine noch bedeutendere Rolle zu, indem es die textuelle Komponente vervollständigt.⁶³¹ Ohne das Bild kann die When-Klausel nicht auf dieselbe Weise interpretiert werden, da sie sonst syntaktisch und informationell unvollständig wäre.⁶³²

Die textuelle Ebene um das Bild gibt dem Betrachtenden nun folgende Informationen und kontextuelle Bezüge für die Interpretation: Der Protagonist, dem hier sein Fehlverhalten klar wird, beziehungsweise, dessen Fehlverhalten aufgedeckt wird und der sich demnach in einer schlechten Position befindet, wird als der Sender Freeform ausgewiesen. Zudem wird geklärt, dass der Auslöser für die Sequenz der dargestellten Emotionen und Reaktionen, die Entdeckung des Flugzeuges ist, dass von den Fans organisiert wurde. Auf dieses Ereignis wird im weiteren Verlauf noch eingegangen.

Die, unter Fans, ikonische Szene wird so aus dem Ganzen der Serie ausgelagert und in einen gänzlich anderen Kontext überführt.

⁶³¹ Vgl. Dancygier/Vandelanotte, 2017, S. 588.

⁶³² Vgl. Ibid.

Funktion(en)

Wie bereits oben erwähnt, ordnet sich dieses Beispiel primär den Funktionen als Bemächtigungsstrategie, sowie als Marker für die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom zu. Im Folgenden wird demnach diese Zuordnung genauer betrachtet und dargestellt.

Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom

Zunächst weist sich die Userin als dem SHADOWHUNTERS-Fandom zugehörig aus, indem sie Motive, beziehungsweise Bildmaterial der Serie selbst verwendet. Diese Bilder sind bei anderen Fans bekannt und bringen so bereits bestimmte Bedeutungen und Assoziationen mit sich. Die Auswahl und Darstellung eines bestimmten GIFs oder Memes kann, Miltner und Highfield zu Folge, als Illustration oder Performance des Wissens über den jeweiligen Inhalt, das heißt die Serie, beziehungsweise den kulturellen Diskurs, angesehen werden.⁶³³ Die Userin zeigt durch diese spezifische Verwendung des Memes, dass sie einen gewissen Grad an Wissen, an kulturellem Kapital in dieser Gemeinschaft besitzt. Denn es wurde eine rhetorisch passende Szene aus dem Ganzen der Serie gefunden und eingesetzt. Des Weiteren weiß sie auch über bestimmte Geschehnisse der Kampagne selbst Bescheid, das heißt sie besitzt Wissen, das über die diegetische Ebene der Serie hinausgeht. Dies zeigt sich durch die Anführung der Flugzeug-Aktion in der Caption ihres Beitrags.

Am 22. Juni 2018 flog ein Flugzeug, mit einem großen Banner, mit dem Schriftzug „#SaveShadowhunters“, über das Gebäude des Hauptsitzes von Netflix am Sunset Boulevard in Los Angeles. Dieses Flugzeug wurde im Zuge der Kampagne von Fans organisiert und via Crowdfunding-Webseiten finanziert. Messiano schrieb hierzu: „The ‚Shadowhunters plane‘ circled the network’s offices for three hours to get as much attention from Netflix as possible and to make a statement about their love for the show.“⁶³⁴ Während keine offiziellen Statements bezüglich der Flugzeug-Aktion von Netflix herausgegeben wurden, bestätigten Netflix Customer-Support-Mitarbeiter*innen, dass das Flugzeug gesichtet wurde und nicht unbemerkt geblieben ist. Auch die Autoren der Serie selbst befanden sich in der Umgebung und konnten die Aktion live miterleben, wie Messiano weiter beschreibt: „Showrunner Todd Slavkin took to Twitter to send a message to fans saying ‚Long live the Shadow World fandom. You guys are non stop.‘ Darren Swimmer echoed his sentiments, saying, ‚it is quit(e) [sic!] moving to see the loyalty of this fandom.“⁶³⁵ Die Flugzeug-Aktion, vom Fandom auch „paraplane“ genannt,

⁶³³ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 6-7.

⁶³⁴ Messiano, 2019.

⁶³⁵ Ibid.

eine Anspielung auf den Begriff „Parabatai“ aus der Serie, der ein enges Bündnis zwischen zwei Shadowhunters bezeichnet, war eine enorme Aktion und Erfolg für das stolze Fandom. Die Aktion brachte der Kampagne und der Serie vermehrte Aufmerksamkeit und Publicity.

Mit dem spezifischen Bezug auf die Aktion und demnach der Herausstellung ihres Wissens dazu, markiert die Userin ihre Zugehörigkeit zu dem SHADOWHUNTERS-Fandom weiter, beziehungsweise, zumindest, ihre Teilnahme und/oder genaue Verfolgung der Geschehnisse der Kampagne.

Sie zeigt zudem einen gewissen Grad an Meme-Literacy, da sie eine bekannte Meme-Phrase passend in ihr Meme einbaut, sowie spezifische Meme-Typen (Stacked-Meme und When-Meme) korrekt verwendet. Indem sie ein Verständnis für und Wissen über die Normen von Meme- und GIF-Erstellung demonstriert, sowie Fandom-spezifisches Material passend rhetorisch verwendet, wird einerseits eine Verbindung zu der engeren Gruppe des SHADOWHUNTERS-Fandoms, und andererseits auch zu einer breiteren Meme- und GIF-Kultur etabliert.⁶³⁶

Non-Fans können dieses Meme trotzdem erkennen als Ausdruck dafür, dass jemand etwas falsch gemacht hat, beziehungsweise als Reaktion, wenn jemandem klar wird, dass er*sie gerade einen großen Fehler begangen hat. Sie können mit Hilfe der linguistischen Anker auch nachvollziehen, auf wen und worauf sich die hier demonstrierte Reaktion bezieht. Für Fans der Serie ist das Meme jedoch noch einmal humorvoller, denn sie haben Wissen zu dem Original-Kontext der Szene sowie der tieferen Bedeutung, beziehungsweisen Hintergrundinformationen zu der in der Caption genannten Aktion.

Bemächtigungsstrategie und Grenzziehung

In der weiteren Betrachtung des Memes kann sehr eindeutig die Funktion als Bemächtigungsstrategie erkannt werden. Den bisher dargestellten Aspekten folgend, handelt es sich bei diesem Bild, beziehungsweise dieser Bilderreihe, nicht nur um den Ausdruck von Schock, sondern auch Scham und, durch den Text um das Meme deutlich, auch ein Gefühl von Reue von Seiten Freeforms. Der Text lenkt die Funktion somit eindeutig in Richtung Bemächtigung, durch den hier verwendeten Humor, der in Richtung Spott geht.

Zunächst zeigt sich hier eine Hervorhebung einer massiven Leistung des Fandoms, nämlich die Organisation eines Flugzeuges mit der „#SaveShadowhunters“-Aufschrift. Dies entspricht auch einer Hervorhebung der Macht des Fandoms, und ist ein Zeichen dafür, wie groß und massiv

⁶³⁶ Vgl. Huntington, 2017, S. 20.

die Kampagne und das Fandom ist. Dafür steht auch das Wort „plane“ in der Caption in fetter Schrift.

Weiters wird ein Überlegenheits-Anspruch durch das Artefakt markiert, indem Freeform als untergeordnete, auszulachende Instanz positioniert wird. Die eben erwähnte Caption, die das Meme begleitet, weist den Sender Freeform als jenen aus, der hier durch die Figur im Bild visuell repräsentiert und dargestellt wird. Der Sender Freeform ist es demnach, der nun mit einem Fehlverhalten aufgeflogen ist. Durch das Meme wird vermittelt, dass Freeform mit der Absetzung der Serie einen großen Fehler begangen hat und, dass ihnen dieser Fehler spätestens mit diesem großen Event des Flugzeuges klar wird. Freeform-Vertreter*innen sind es, die die Augen in Schock und fast schon Ehrfurcht weit aufreißen angesichts der Macht, die dieses Fandom hat. Mit den Worten des Catchphrases, *they „fucked up“ and, „in that moment“, they knew it*. Durch die Verwendung der besagten Phrase, die bereits Konnotationen von lustigen Fail-Videos und Über-Andere-Lachen mit sich trägt, zusammen mit dem Bildlichen, das diese illustriert, wird sich über Freeform lustig gemacht. Freeform sind diejenigen die übermütig waren und nun merken, dass sie einen Fehler begangen haben. Das Lach-Smiley/Emoji am Ende der Caption zeigt den Aspekt des ins-Lächerliche-Ziehens und Über-sie-lustig-machens noch einmal sehr eindeutig.

Schließlich macht sich die Userin bei diesem Sich-Über-Freeform-Lustig-Machen auch noch deren eigenes Material zu Nutze. Sie eignet sich dieses Material an, transformiert es nach ihren Vorstellungen und bemächtigt sich somit auch auf diese Weise. Denn, wie in Kapitel sechs beschrieben, kann eine solche Aneignung wesentlich bemächtigend wirken.⁶³⁷

Als Poacher bemächtigt sich die Meme-Macher*in hier in ihrer Position von einer passiven Rezipientin hin zu einer aktiven Produzentin. Dies geschieht via Prozessen der Aneignung und Transformation, sowie der Zirkulation des Artefaktes in der Online-Gemeinschaft. Diese in-Besitznahme von streng reguliertem Material und dessen Modifikation hinsichtlich eigener Interpretationen und Ziele, bildet demnach einen weiteren Aspekt, der das Meme zu einem Mittel und Instrument der Bemächtigung der Userin macht.

Das Bildmaterial, dass die Userin für ihr Meme (wieder-)verwendet stammt, wie bereits erwähnt, aus der SHADOWHUNTERS-Folge mit dem Titel „The Powers That Be“. Auch der Titel dieser ganz spezifisch ausgewählten Folge der Serie kann sich auf die Opposition zu Freeform beziehen. Dieser Begriff wird, vor allem im Fandom-Bereich, oft dazu verwendet all jene zu beschreiben, die Macht über das Fan-Objekt haben. Meist sind dies Medienvertreter*innen, wie

⁶³⁷ Vgl. Voigts, 2018, S. 395.

Produzent*innen oder Vertreter*innen der Sender. Wie im Collins Dictionary beschrieben, hat dieser Begriff jedoch meist negative Konnotationen: „You can refer to people in authority as *the powers that be*, especially when you want to say that you disagree with them or do not understand what they say or do.“⁶³⁸ In dieser Referenz kann somit ein weiterer Abgrenzungs-Aspekt erkannt werden, der nicht für alle Betrachtenden gleichermaßen ersichtlich ist. Die Verwendung eines spezifischen Memes oder GIFs hat in diesem Sinne die Fähigkeit in- und out-group Grenzen zu kreieren.⁶³⁹ Denn zusätzlich zu der Bemächtigung gegenüber Freeform, bestärkt sich das Fandom auch durch die Verbundenheit innerhalb der Gemeinschaft. Wie Meyer beschreibt: „,[L]aughter forms a bond and simultaneously draws a line“⁶⁴⁰ Während Freeform, als gemeinsamer Gegner, hier als lächerlich ausgewiesen und ausgegrenzt wird, verbindet sich damit die Gemeinschaft immer weiter, das heißt all die anderen Fans und Teilnehmenden, die die Referenzen auch verstehen.

⁶³⁸ o.N., „The Powers That Be Definition and Meaning“, *Collins CoBuild Advanced Learner's Dictionary*, o.D., <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/the-powers-that-be> [20.12.2022].

⁶³⁹ Vgl. Miltner/Highfield, 2017, S. 4.

⁶⁴⁰ Lorenz, K., *On Aggression*, New York: Harcourt, 1963, S. 253, zit.n. Meyer, 2000, S. 322.

7.4. Analyse-Beispiel 3: „GIF-Set“



#SaveShadowhunters mood

Abb. 9: GIF-Set, User*in: „tobyregbho“, Tumblr, 18.06.2018,

<https://www.tumblr.com/tobyregbho/174990751765/saveshadowhunters-mood?source=share>

Dieses Beispiel zeigt ein sogenanntes GIF-Set, eine Zusammensetzung mehrerer einzelner GIFs. In diesem Fall wurden acht GIFs zusammengefügt. Die Motive, beziehungsweise Sequenzen, die hier verwendet wurden, stammen alle aus der Serie SHADOWHUNTERS und wurden von der*dem User*in „tobyregbho“ sorgfältig ausgewählt. Es wurden, ähnlich einem Fan-Video, verschiedenste, aussagekräftige Momente des Quell-Materials ausgewählt, zusammengesetzt und dadurch untereinander und miteinander rekontextualisiert. Dadurch wird hier erreicht, was in Kapitel vier beschrieben wurde – neue visuelle, als auch thematische Muster etablieren. Die einzelnen Sequenzen sollen schließlich als Ganzes zusammenwirken. Das Ergebnis wirkt narrativ und erzählt, vom ersten bis zum letzten Bild, die

Geschichte der Fan-Kampagne, genauer gesagt die Emotionen und Reaktionen des Fandoms während der SaveShadowhunters-Kampagne. Wie Li et. al. beschreiben, haben GIFs eine „visual storytelling nature (no audio involved).“⁶⁴¹ Das Fehlen von Ton hindert jedoch, dank der Zusammensetzung mehrerer GIFs, sowie der linguistischen Ebene, nicht daran, eine gewisse Narration aufzubauen, eine Geschichte zu vermitteln, die, gemäß dem Medium, nur auf visueller Ebene erzählt wird.



Abb. 10: GIF-Teil (1), „A Heart of Darkness“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Ari Sandell, 09.05.2018, Freeform/Netflix.

Im ersten Bild (links oben) ist eine Frau mit schwarzen Haaren und dunkler Kleidung zu sehen, die wütend und gleichzeitig fest

⁶⁴¹ Li, Yuncheng /Yale, Song/Liangliang, Cao/Joel, Tetreault/Larry, Goldberg/Alejandro, Jaimes/Jiebo, Luo, „TGIF. A New Dataset and Benchmark on Animated GIF Description“, 2016 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR), Las Vegas, NV, USA: IEEE, 2016 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR) 2016, <http://ieeexplore.ieee.org/document/7780871/> [20.08.2021], S. 4641.

entschlossen, Richtung Kamera gewendet ist. Sie ist am rechten Bildrahmen positioniert und sagt etwas, während die Kamera langsam auf sie zukommt. Die Frau ist leicht gebückt und umgeben von Dunkelheit mit einer leicht beleuchteten Glastüre, die links hinter ihr zu erkennen ist. Die Frau ist in einer Close-Up-Einstellung zu sehen, was es dem*r Betrachter*in nicht erlaubt genauere Aussagen über die Umgebung zu machen. Eine dunkle, unangenehme, ernste Atmosphäre wird durch die eben genannte Dunkelheit, sowie ihren Ausdruck vermittelt. Durch diesen Gesichtsausdruck ist zu erahnen, dass es sich um eine negative, beziehungsweise eine sehr intensive Aussage handelt, die sie hier von sich gibt. Sie hält intensiven Augenkontakt mit jemandem oder etwas, außerhalb des Bildrahmens und ihre Augenbrauen sind zusammengezogen, sodass sie einen sehr missbilligenden Eindruck vermittelt.

Von diesen bildlichen Informationen allein, ohne jeglichen Kontext, könnte ein*e Betrachter*in bereits schließen, dass es sich um eine negative, oder zumindest eine sehr ernste Situation handelt. Die Szene wirkt sehr konfrontativ. Was sie in der Sequenz sagt, und worauf sich dieser Teil des Artefaktes bezieht, kann nur durch weitere, kontextgebende Faktoren ermittelt werden.

Zunächst schafft hier die linguistische Ebene Abhilfe. Der Sequenz ist am unteren Rand, in weißer Schrift, der Bottom-Text überlagert. Dieser besagt: „No one will stop me from bringing my boy [show] back“. Das Wort „boy“ ist hier mit einem sichtbaren, und scheinbar schlampig platzierten, „X“ in gelber Farbe durchgestrichen. Die Farbänderung macht diese Bearbeitung noch einmal eindeutiger und wirksamer. Diese Modifikation des*der Users*in verdeutlicht somit, dass statt des Wortes „boy“, das Wort „show“ zu verwenden ist, was die Rekontextualisierung der Sequenz noch passender macht. Durch die Bewegung des GIFs lässt sich schließen, dass es sich, mit Ausnahme des Wortes „show“, um den Original-Dialog handelt, da die Worte auf die Bewegungen des Mundes der Frau passen könnten.

Aus diesen, bis dato, dargestellten Elementen können Betrachtende schließen, dass es sich hier um eine Deklaration von Seiten der Fans handelt, dass sie um ihre Lieblingsserie kämpfen werden und ihre Bemühungen nicht aufgeben werden, die Serie vor dem Absetzen zu retten. Es ist eine eindeutige und fest entschlossene Aussage, dass es niemand schaffen wird, sie davon abzuhalten, ihre geliebte Serie zurück ins Fernsehen zu bringen. Dies beschreibt die Stimmung, die zu Beginn und auch während einer langen Zeit der Kampagne, im Fandom herrschte. Das besagte GIF stellt demnach eine visuelle Demonstration der affektiven Haltung des*r Users*in, und in weiterer Folge, des Fandoms dar. Dieser Teil des Artefaktes isoliert einen einzigen, intensiven Ausdruck, der von der textuellen Komponente begleitet wird. Neben diesen allgemein zugänglichen Bedeutungsträgern, wie dem Gesichtsausdruck, der eine

bestimmte wahrnehmbare Emotion vermittelt, und dem Text, der Kontext zur genaueren Interpretation dieses Ausdrucks schafft, eröffnen sich für Fans der Serie, die über den Original-Kontext der Szene und der Kampagne Bescheid wissen, weitere, tiefere Bedeutungsebenen für die Interpretation.

Es handelt sich bei der Figur, die in dieser Sequenz die emotionale Haltung der Fans visuell darstellt, um die Schauspielerin Anna Hopkins in der Rolle von Lilith. Lilith ist ein Dämon, die aus Edom (das Äquivalent zur Hölle in der Serie) auf die Erde kam, um ihren Sohn Jonathan (Will Tudor) wiederzubeleben. Dieser wurde zuvor von den Shadowhunters getötet, da er, als Antagonist der Serie, großen Schaden anrichtete. Um ihren Sohn zurückzubringen beanspruchte Lilith bereits zahlreiche Menschenleben, weshalb die Shadowhunters versuchen, sie in ihrem Vorhaben zu stoppen und zurück nach Edom zu schicken. In der im GIF gezeigten Sequenz aus der achten Folge der dritten Staffel mit dem Titel „A Heart of Darkness“ entspringt, hat Lilith, mit Hilfe ihrer Magie, ein gesamtes Appartement an einen anderen Ort gebracht, um sich und die Leiche von Jonathan vor den Shadowhunters in Sicherheit zu bringen. Anwesend ist auch die von ihr entführte und unter ihrem Zauber stehende Ollie (Alexandra Ordolis). Letztere ist erstaunt über die gerade vollbrachte Tat und befragt Lilith, wie sie das geschafft habe. Außer Atem von der Anstrengung und verärgert darüber, dass die Shadowhunters sie gefunden haben, sagt sie, mit tiefer, ernster Stimme die Worte: „No one will stop me from bringing my boy back“.

Die Szene ist gekonnt gewählt, da es hier genau um Aspekte wie Kampfgeist, Stärke und Entschlossenheit geht. Lilith ist einer der stärksten Antagonistinnen der gesamten Serie, sie repräsentiert demnach Macht und Selbstsicherheit, sowie Zuversicht, dass ihr Vorhaben gelingen wird, komme was wolle. Es geht in dieser Szene folglich auch darum, jemanden vom Tod zurückzubringen. Lilith ist fest entschlossen Jonathan zurückzubringen und das Fandom ist fest entschlossen ihr Fan-Objekt zurückzubringen.

Die Bewegung des GIFs lässt dabei die Szene lebendig werden und die ständige Wiederholung macht den Ausdruck und die Worte weitaus ausdrucksstärker und effektiver.



Abb. 11: GIF-Teil (2), „Bad Blood“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Jeremiah S. Chechik, 01.02.2016, Freeform/Netflix.

Im zweiten Bild (rechts oben) ist eine rothaarige Frau in schwarzer Kleidung zu sehen, die zur Kamera gerichtet ist und zu einer Person aufsieht,

von der nur der tätowierte Unterarm im Bildrahmen zu erkennen ist. Auch diese Sequenz ist eine Close-Up-Einstellung, was nur begrenzte Aussagen zur Umgebung zulässt. Bei genauerer Betrachtung können am linken Bildrand, sowie links und rechts im weiteren Hintergrund der Figur, Grabsteine erkannt werden, was es vermuten lässt, dass sie sich bei Nacht auf einem Friedhof befindet. Ihr Gesichtsausdruck wirkt ebenfalls sehr intensiv, jedoch weniger konfrontativ als Lilith in der ersten GIF-Sequenz. Das Bildliche allein ist hier weitaus zu vage, um genauere Interpretationen anzustellen. Wie auch im vorherigen Teil des GIF-Sets, wird hier zusätzlicher Kontext benötigt, um die Bedeutung freizulegen. Dafür ist auch hier Text hinzugefügt worden.

Der Bottom-Text dieses GIFs ist in weißer Schrift gehalten und besagt: „It’s love that makes you fight harder for what you want.“ Eine Aussage, die bereits sanftere Töne anschlägt als im vorherigen Einzel-GIF. Die Bewegung des GIFs, folglich die Mundbewegungen der Figur, lassen auch hier vermuten, dass es sich um den Original-Dialog der Serie handelt. In diesem Fall hat der*die User*in keine Änderungen am verwendeten Dialog-Teil vorgenommen, denn dieser passt auf die Situation, das heißt den neuen Kontext, beziehungsweise den rhetorischen Zweck des Artefaktes. Liebe und Leidenschaft für ihr Fan-Objekt und ein wertschätzender, aufbauender, unterstützender Umgang miteinander war im Fandom während der Kampagne wichtig. In zahlreichen Beiträgen zu der Kampagne sprechen die Fans ihre Leidenschaft für die Serie und dessen Botschaft aus. Ein zentraler Aspekt der Kampagne war es, in diesem Sinne, von verschiedensten Fans zu hören, warum diese Serie so wichtig für sie ist. Diese Botschaften von Liebe, Akzeptanz und Zusammenhalt wurden auch in den von Kampagnen-Teilnehmer*innen organisierten Events, wie beispielsweise den Charity-Aktionen für Organisationen wie Trevor Project und Girls Up weitergetragen. Das SHADOWHUNTERS-Fandom nennt sich, in diesem Sinne, auch „Shadowfam“, kurz für „Shadowhunters Family“. Regelmäßig kamen während der Kampagne zahlreiche Beiträge auf, die andere Fans aufmunterten oder sie daran erinnerten gegebenenfalls Pausen vom Posten und Kommentieren einzulegen, und auf sich selbst und ihre mentale und physische Gesundheit zu achten.

Betrachtende, die den Original-Kontext der Sequenz nicht kennen, könnten an dieser Stelle, diesen Teil des GIF-Sets als weitere Deklaration ansehen, dass die Fans aus Liebe zu ihrem Fan-Objekt dafür kämpfen werden, dieses zurückzubringen.

Für Fans der Serie bringt dieses visuelle Material jedoch bereits bestimmte Emotionen mit sich, und es eröffnen sich bei genauerer Betrachtung weitere Bedeutungsebenen. Es handelt sich hier um eine Szene der achten Folge der ersten Staffel mit dem Titel „Bad Blood“. Zu sehen ist die

Schauspielerin Katherine McNamara in der Hauptrolle Clarissa (Clary) Fray, wie sie mit Jace (Dominic Sherwood) spricht, dessen Unterarm im GIF zu erkennen ist. In dieser Folge wurde Clarys bester Freund Simon (Alberto Rosende) Opfer des bösen Vampir-Clans. An Clary lag nun die schwere Entscheidung ihren Kindheitsfreund entweder sterben zu lassen oder ihn zu einem Leben als Vampir zu verdammen. Sie entscheidet sich schließlich für die Verwandlung, wofür sie und Jace den bewusstlosen Simon unter Vollmond begraben müssen, um seine Verwandlung zum Vampir zu vollenden. Clary und Jace sind in der Szene am Friedhof und warten darauf, dass Simon, nach vollendeter Verwandlung, aus dem Grab ersteigt. Sie unterhalten sich über Familie, Freundschaft und Gefühle. Jace erklärt ihr, dass die erste Regel eines Shadowhunters sei, das Zulassen von Emotion zu vermeiden, da dies lediglich rationales Urteilsvermögen negativ beeinflussen würde und demnach im Kampf nicht zielführend sei. Clary kontert darauf, es sei die erste Regel der Menschheit, dass Liebe keine Schwäche ist, sondern Stärke verleiht. Sie sagt darauf die Worte, die im GIF abgebildet sind: „It’s love that makes you fight harder for what you want.“ Es folgt ein Moment, in dem sich die beiden in die Augen sehen, ein Moment des gegenseitigen Verständnisses und Beisammenseins. Kurz darauf bebt die Erde unter ihnen und Simon erscheint.

Diese Szene ist markant, da sie einerseits den Anfang von Simons Vampir-Storyline bildet und andererseits ein erstes tieferes Gespräch und Zueinanderfinden von Clary und Jace darstellt. Die Szene vermittelt zudem starke Gefühle der Verlust-Angst und Unsicherheit. Clary hat Angst um ihren Kindheitsfreund, sie will ihn nicht verlieren. Sein Leben hängt am seidenen Faden und sie ist sich nicht gänzlich sicher, ob die Verwandlung auch funktionieren wird. Es ist eine Unsicherheit über die Zukunft, eine Unsicherheit darüber, wie es weitergeht, ob sie ihren Freund zurückbekommt oder nicht und ob dieser anschließend noch derselbe sein wird. Dies spiegelt auch die Ängste und Unsicherheit des Fandoms wider, was mit ihrem Fan-Objekt geschehen wird. Das GIF spiegelt somit nicht nur die Antriebskraft der Fans wider, sondern gleichzeitig auch ihre tiefe Besorgnis. Hinter der festentschlossenen Einstellung für ihre Serie zu kämpfen, stehen besagte Gefühle von Unsicherheit und Besorgnis über die Zukunft ihres Fan-Objekts, über den Erfolg oder Misserfolg der Kampagne. Mit der Verwendung einer spezifischen Szene, eines spezifischen Ausdrucks, kann so, rein visuell, ein komplexerer Gefühlszustand vermittelt werden, dessen Bedeutung in diesem Fall nicht für alle Betrachtenden gleich zugänglich ist.

Die erste Ebene dieses GIF-Sets (oben links und rechts) repräsentiert somit den Start der Kampagne. Es ist eine Deklaration der Kampfbereitschaft des Fandoms. Das „Warum“,

beziehungsweise die treibende Kraft der Kampagne, sowie dessen Ziel wird vermittelt: Aus Liebe und Leidenschaft zu ihrem Fan-Objekt, die Serie vor der Absetzung zu retten, beziehungsweise, die Serie zurückzubringen, komme was wolle.

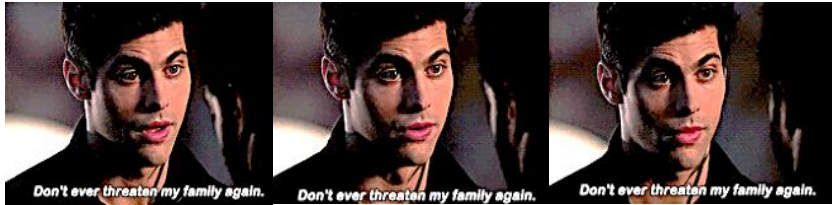


Abb. 12: GIF-Teil (3), „Bound By Blood“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 27.02.2017, Freeform/Netflix.

Eine Ebene darunter, im dritten GIF (links) ist ein Mann mit schwarzen Haaren und dunkler Jacke zu sehen, der einen ernsten Blick auf sein Gegenüber

wirft, von dem nur der Hinterkopf und die Seite seines Gesichts zu sehen sind.

Es lässt sich an dieser Stelle, nach Betrachtung von drei Einzel-GIFs dieses Sets, bereits ein Muster erkennen, beziehungsweise eine mögliche Intention des*r Users*in: Aussagekräftige, starke Ausdrücke und Expressionen zu wählen, die Entschlossenheit und Stärke zeigen. Der Mann in dieser Sequenz zieht die Augenbrauen hoch und öffnet die Augen weit, während er etwas zu seinem Gegenüber sagt. Es scheint eine sehr nachdrückliche Botschaft zu sein und er scheint es sehr ernst zu meinen. Auch hier wird das Motiv in einer Close-Up-Einstellung gezeigt, was dieses GIF für den Einsatz als Marker für Emotion und Affekt nützlich macht. Auch hier ist die Figur und sein Gesichtsausdruck, in Nahaufnahme, alleiniger Fokus des gesamten Bildrahmens. Der Blick ist auf den Mann und seinen Ausdruck gerichtet. Während das Bildliche bereits eine negative Stimmung vermittelt, schafft auch hier die linguistische Ebene zunächst hilfreichen Kontext. Der in weiß gehaltene Bottom-Text, der diesem GIF überlagert wurde, besagt: „Don't ever threaten my family again.“ Die Sequenz erhält dadurch sofort eine bedrohlichere, konfrontativere Note. Dieser Teil des Artefaktes könnte, an dieser Stelle, daraufhinweisen, dass jemand gemäßregelt wird, beziehungsweise, hinsichtlich seiner negativen und intensiven Expression, jemandem sogar gedroht wird.

Ein*e dem Fandom Außenstehende*r könnte, hinsichtlich des Kontextes der Fan-Kampagne, die Aussage hier lediglich auf die Bedrohung der Absetzung der Serie selbst beziehen, da bestimmte Hinweise fehlen, wen der*die User*in mit dieser Aussage adressieren möchte. Tatsächlich kann sich diese Aussage jedoch, neben der allgemeinen, drohenden endgültigen Absetzung der Serie, auch spezifisch auf den Sender Freeform beziehen, wie im weiteren Verlauf der Analyse noch genauer ausgeführt wird.

Der Dialog, sowie das Bildmaterial wird passend auf die Situation rekontextualisiert. Die Figur im Bild spricht stellvertretend für das Fandom und die Aussage kann auf die Medienindustrie,

und im Spezifischen auf den Sender Freeform und die Plattform Netflix, bezogen werden. Denn zu Beginn der Kampagne herrschte lange Zeit Ungewissheit darüber, wem dieser beiden Medien-Instanzen die Absetzung geschuldet ist.

In dieser Sequenz zu sehen ist der Schauspieler Matthew Daddario in der Rolle von Alexander (Alec) Lightwood, wie er die besagten Worte an seinen Vorgesetzten Victor Aldertree (Nick Sagar) richtet. In dieser Szene, der neunten Folge der zweiten Staffel „Bound by Blood“, wird Victor Aldertree, der unbeliebte Leiter des Shadowhunter-Instituts in New York, von Alec zurechtgewiesen und zur Rede gestellt. Ersterer hat Alecs Schwester Izzy (Emeraude Toubia) zuvor ein Heilmittel für ihre verletzte Schulter gegeben – sogenanntes „yin-fen“. Dieses hat jedoch hohes Suchtpotential, was schließlich dazu führte, dass Izzy eine gefährliche Abhängigkeit entwickelte, die ihr immer mehr schadete.

Nachdem Clary, in besagter Episode, von Unbekannten entführt wurde, übernimmt Alec im Institut die Kontrolle und Führung und spricht Befehle an andere Shadowhunters aus. Aldertree bemerkt dies schließlich und verweist Alec auf seine untergeordnete Stellung im Institut. Alec lässt sich davon nicht einschüchtern und stellt Aldertree wiederum zur Rede. Er droht ihm die Zuführung von Drogen an Angestellte publik zu machen. Nach anfänglichem Versuchen von Aldertree, Alec weiter einzuschüchtern, kontert dieser schließlich, dass lediglich ein Gerücht reichen würde, um Aldertrees Image zu schädigen und seine Position zu gefährden. Aldertree weiß darauf nichts mehr zu antworten. In einem abschließenden Satz lehnt sich Alec näher an Aldertree und sagt, die im GIF angezeigten Worte, mit Nachdruck: „Don’t ever threaten my family again“.

Dies war ein sehr befriedigender Moment für Fans und Zuschauende, zu erleben, wie Aldertree endlich zurechtgewiesen wird. Durch diese Aussage, beziehungsweise Drohung, wird Nachdrücklichkeit und Stärke ausgedrückt.

Dieser GIF-Teil zeigt somit eine weitere Facette der Emotionen während der Kampagne. In diesem Fall die Einstellung der Fans gegenüber den Verursacher*innen der Absetzung. Es lässt sich vermuten, dass sich dieses GIF auch auf den Zeitpunkt bezieht, an dem mehr und mehr klar wurde, dass die Absetzung von dem Sender ausging und nicht etwa von Netflix. Die Vermutung, dass sich die Drohung oder Maßregelung an den Sender Freeform richtet, wird schließlich mit der folgenden Sequenz bestärkt, beziehungsweise bestätigt.



Abb. 13: GIF-Teil (4), „On Infernal Ground“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 21.03.2018, Freeform/Netflix.

In der folgenden Sequenz (rechts) ist eine Frau mit schwarzen Haaren, schwarzer Hose, blauer Lederjacke und schwarzen High Heels zu sehen, wie sie mit ihrem rechten Fuß gegen einen Süßigkeiten-, beziehungsweise Snack-Automat schlägt. Die Szene ist in einer Halbtotaleinstellung zu sehen und zeigt die Figur durch einen Türrahmen hindurch. Diese Einstellung erlaubt den Fokus auf die „körperliche Aktion[en]“ der Figur.⁶⁴²

Sie befindet sich in einem Gang, mit rosa und blau-grauen Wänden. Weitere Vermutungen über den exakten Ort, an dem sie sich befindet, können durch die dargestellten Elemente nicht gemacht werden. Der genaue Ort ist jedoch für die Geschehnisse der Sequenz, beziehungsweise die Rekontextualisierung dieser Szene nicht relevant. Was jedoch relevant ist, ist der Snack-Automat und die Handlung, die die Figur ausübt – der Kick gegen den Automaten.

Der*die User*in hat hier im übergelegten Text den Snack-Automaten, in gelber, unscharfer Schrift, als „Freeflopp“ markiert und die Frau, die dagegen kickt, mit „SH Fans“ in weißer Schrift. Es wird so eindeutig dargestellt, wen die Frau repräsentiert und gegen wen sich diese Aktion der Figur richtet. Es wird folglich auch klar gemacht, wer, dem vorherigen Bild nach, gemäßregelt und bestraft wird und wer die Macht hat und die Handlung ausführt. Dieser Teil des Artefaktes zeigt ein reaktionäres Verhalten und bezieht sich auf ein ganz spezifisches Ziel, beziehungsweise weist die Quelle des Ärgers explizit aus. Zusammen mit dem vorherigen Bild wird somit klar gemacht, dass Freeform das Fandom äußerst verärgert hat. Emotionen des Ärgers und negative Reaktionen des Fandoms werden vermittelt und in diesem Teil des GIF-Sets aufgezeigt. Es geht um Ärger über die Absetzung und Ärger über das Verhalten des Senders während der Kampagne, das von Ignoranz und, je nachdem zu welchem Zeitpunkt und mit welchem Wissen ein Betrachtender dieses Artefakt ansieht, teilweise sogar auch durch Spott gekennzeichnet war.

Der*die User*in zeigt hier sein*ihr Wissen, nicht nur zur Serie selbst, sondern auch zu den Geschehnissen der Kampagne. „Freeflopp“ war ein weit verbreiteter Nickname des Senders

⁶⁴² Redaktion Filmpuls, „Einstellungsgröße, Bildausschnitt, amerikanische Einstellung“, *Filmpuls*, 2022, <https://filmpuls.info/einstellungen-einstellungsgrösse-bildausschnitt/> [17.06.2022].

Freeform, der fortlaufend immer häufiger in jeglichen Beiträgen und Kommentaren der Kampagne, von den Fans, beziehungsweise Teilnehmenden verwendet wurde. Der*die User*in hätte hier auch einfach Freeform schreiben können, er*sie hat sich jedoch für den besagten verspottenden Spitznamen entschieden, um die Opposition zum Sender, beziehungsweise das ins Lächerlich-ziehen dieses Senders und dessen Entscheidungen, noch deutlicher zu machen. Ein gewisser Überlegenheits-Anspruch, mittels Überlegenheits-Humors, wird deutlich. Freeform wird als etwas, worüber man sich lustig macht und gegen den man kämpfen und maßregeln muss, dargestellt.

Bei der Figur im GIF handelt es sich um die Schauspielerin Emerald Toubia in der Rolle von Isobel (Izzy) Lightwood. In dieser Szene der ersten Folge der dritten Staffel „On Infernal Ground“ befindet sich Izzy in einem Krankenhaus. Sie unterstützt Simon, dessen Mutter und Schwester zuvor von einem bösartigen Vampir angegriffen wurden und nun in diesem Krankenhaus versorgt werden. In der im GIF wiedergegebenen Sequenz tritt Izzy gegen den Snack-Automaten aus Frust, einerseits da ihr Snack feststeckt und nicht hinausfällt und andererseits über die Situation, dass sie die Familie ihres Freundes nicht beschützen konnte.

Diese Ebene des GIF-Sets zeigt somit einen weiteren Abschnitt der Emotionen und der Stimmung während der Kampagne. Hier zeigt sich das immer angespanntere und feindlichere Verhältnis zwischen Freeform und den SHADOWHUNTERS-Fans in der Zeit. Es werden, durch Gesichtsexpressionen, sowie bestimmte körperliche Aktionen, zusammen mit kontextgebendem Text, ganz bestimmte Emotionen und Reaktionen markiert. Diese beziehen sich auf den*die Poster*in des GIFs, stehen jedoch, gemäß des Mediums und des Kontexts, in dem dieses gepostet wurde, auch stellvertretend für das gesamte Fandom während der Kampagne. Gleichzeitig kann auch eine gewisse Bemächtigung und Grenzziehung erkannt werden. Der*die User*in weist eine eindeutige Opposition zu Freeform aus und zieht auch in der Verwendung unterschiedlicher Farben des Textes – gelb und weiß – eine sichtbare, visuelle „Us Versus Them“-Grenze, beziehungsweise markiert diese eindeutig. Freeform wird durch die Verwendung des verspottenden Spitznamens ins Lächerliche gezogen und dem*r User*in, beziehungsweise dem Fandom untergeordnet. Das Fandom wird hier in der Machtposition ausgewiesen, denn Freeform wird zugrechtgewiesen und buchstäblich gekickt. Die Fans sind hier in der aktiven Rolle. Sie sind die Handlungs-ausführende und maßregelnde Instanz. Dieser dargestellte Überlegenheitshumor markiert nicht nur die Grenze zu Freeform, sondern schafft auch Vereinigung unter den dem Fandom Zugehörigen. Die Verwendung von Original-Material der Serie bringt, durch die Aneignung, Modifikation und Wiederverwendung, auch eine

Bemächtigung mit sich und weist, durch die gekonnte Einsetzung dieses Materials, den*die User*in als dem Fandom zugehörig aus. Es ist eine Darstellung, beziehungsweise Präsentation des kulturellen Kapitals.

Die folgenden beiden Sequenzen zeigen ebenfalls ein eindeutiges Bild der Emotionen und Affekte des Fandoms, wobei wieder Freeform als klarer Gegner ausgewiesen wird und die Grenze zwischen Us Versus Them weiter klar markiert und bestärkt wird.



Abb. 14: GIF-Teil (5), „Hail and Farewell“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 07.08.2017, Freeform/Netflix.

Das fünfte Bild (links) zeigt eine Frau mit schwarzen Haaren, die verärgert, voller Wut mit weit geöffneten Augen und zusammengepressten

Lippen Richtung Kamera spricht. Sie ist in einem Close-Up in der Nacht zu sehen, jedoch ist der restliche Hintergrund verschwommen. Ihre Expressionen sind dadurch zentraler Fokus des Bildausschnittes.

Bereits durch die bildlichen Elemente allein lässt sich eindeutig eine negative, verärgerte Reaktion auf etwas erkennen und vermuten.

Der*die User*in bedient sich hier wieder des Original-Dialogs, hat jedoch darüber, in grellem Gelb, sodass es nicht zu übersehen ist, „[@Freeflopp]“ eingefügt. Folglich wird nicht nur das Bildmaterial der Serie, sondern auch der Dialog rekontextualisiert und ist explizit an Freeform gerichtet. Auch hier wird wieder der verspottende Spitzname „Freeflopp“ verwendet.

Die Figur dieser Sequenz ist, wie im Bild zuvor, Isabelle Lightwood. In der vorletzten Folge der zweiten Staffel, „Hail and Farewell“, kommt es am Ende zum Showdown mit dem Antagonisten Jonathan. Nach einem harten Kampf mit von Jonathan gesandten Monstern, erreicht Izzy die Brücke, auf der Jace und Jonathan gerade kämpfen. Sie rettet Jace und stellt sich Jonathan. Da sie diejenige war die Jonathan zu Beginn der Staffel allen anderen vorstellte und sie sich anfreundeten, fühlt sie sich besonders schuldig und ist verletzt durch seinem Verrat. Er hat ihr einen guten Freund vorgespielt, sie ist darauf hineingefallen und hat ihn ins Institut gebracht, wo er schließlich fast ihren kleinen Bruder Max (Jack Fulton) tötete. Sie ist voller Adrenalin und Wut. Sie schlägt mit ihrer ikonischen Peitsche aus und verletzt Jonathan im Gesicht, bevor sie wuterfüllt die Worte spricht: „I brought you into my life, into my family and you betrayed me“ Der Kampf zwischen den beiden endet schließlich mit Jonathans Tod durch Jace. Es ist eine Szene voller Wut, Verrat und den Kampf um Gerechtigkeit, beziehungsweise

auch Rache und Vergeltung für seine Taten.

Auch hier werden starke Emotionen markiert und via des Körpers im GIF visuell demonstriert.

Während Fandom-Außenstehende dieses GIF durchaus als Marker für negative Emotionen, Ärger oder Wut im Spezifischen, erkennen und durch die linguistische Ebene erfahren können, an wen sich diese Reaktion wendet, fehlt es ihnen doch an nötigem Kontext und Wissen zum Original, die tiefere Bedeutung diese GIFs freizulegen. Es geht um angestaute Emotionen, um ein Vertrauen, das gebrochen wurde und um Rache dafür, dass jemand einen geliebten Menschen (in diesem Fall Izzys kleiner Bruder) verletzt hat. Zu guter Letzt siegt die Gerechtigkeit und der Antagonist wird, trotz seines Übermutes und seiner scheinbaren Macht, besiegt. Das GIF repräsentiert somit komplexere Emotionen der*s Users*in, sowie des Fandoms: Das tiefsitzende Gefühl des Verrats durch den Sender, dem sie ihre Lieblingsserie anvertraut hatten, die Forderung nach Gerechtigkeit für den erlittenen, beziehungsweise bevorstehenden Verlust ihres Fan-Objekts, sowie ein Unverständnis für diese Entscheidung der Absetzung. Es ist gleichzeitig auch eine Demonstration von der Macht des Fandoms und der Entschlossenheit, dass sie gegen den Gegner Freeform siegen werden.



Abb. 15: GIF-Teil (6), „This Guilty Blood“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 03.01.2017, Freeform/Netflix.

Das darauffolgende Bild (rechts) zeigt eine Frau mit schwarzen Haaren und dunkelrotem Kleid.

Sie ist in einer Amerikanischen-,

beziehungsweise Halbnahen-Einstellung aus der Froschperspektive gefilmt, was der Figur, rein visuell, bereits einen Eindruck von Macht und Überlegenheit verleiht. Stripek beschreibt hierzu: „Characters viewed from low angle seem to be superior, dominant, bigger, powerful or ominous. Low camera angle gives them a symbol of authority and respect.”⁶⁴³ Eine Beobachtung, die in der Interpretation dieser Sequenz von Bedeutung ist. Sie steht aufrecht, fest entschlossen, Hände an ihre Seiten gepresst und hat einen ernsten Ausdruck im Gesicht. Sie steht vermutlich vor einem Publikum, erhobenen Hauptes, hinter ihr befinden sich rechts und links jeweils zwei Männer in schwarzen Anzügen. Autorität und Selbstsicherheit werden aus ihrer Körperhaltung und ihrer Mimik vermittelt.

⁶⁴³ Stripek, Jan, „Camera Angles in American Beauty“, *Cinema Shock*, 2012, <https://cinemashock.org/2012/09/21/camera-angles-in-american-beauty/> [18.05.2021].

Wieder weist die textuelle Ebene den Original-Dialog der Szene auf. In weißer Schrift ist am unteren Rand zu lesen: „We are at war“.

Der*die User*in macht sich somit auch hier den Originaldialog zu Nutze und rekontextualisiert die Szene für seine*ihre Zwecke. In Anbetracht der vorangegangenen Bilder und Sequenzen ist klar, dass diese Deklaration des Kampfes wieder gegen Freeform gerichtet ist. Der*die User*in stellt sich, und folglich das Fandom, gegen Freeform. Der Sender wird als Gegner, als Bösewicht ausgewiesen, den es zu bekämpfen gilt. Wieder wird eine eindeutige Grenze und Opposition, sowie eine negative Emotion markiert. Zudem beansprucht der*die User*in hierbei auch eine gewisse Autorität, beziehungsweise übergeordnete Position für sich. Die Figur, die hier stellvertretend für das Fandom, den*die User*in steht, ist, wie bereits kurz erwähnt, aus der Froschperspektive gefilmt, was ihr bereits auf den ersten Blick einen überlegenen, superioren Eindruck verleiht. Der*die User*in, das Fandom, weist sich, durch visuelle Mittel, als Freeform überlegen aus und erklärt ihnen wortwörtlich den Krieg. Diese Ebene repräsentiert eine Phase in der Kampagne, bei der jegliches Vertrauen und jegliche positiven Gefühle gegenüber dem Sender verloren gegangen waren. Während Außenstehende wieder die Vermittlung von Ärger und den Adressaten erkennen können, fehlt es ihnen an nötigem Wissen zu möglichen tieferen Bedeutungen dieses Artefaktes. Die Figur, die hier das Fandom vertritt, ist Maryse Lightwood, gespielt von der Schauspielerin Nicola Correia-Damude. Sie befindet sich in dieser Szene der ersten Folge der zweiten Staffel, „This Guilty Blood“, im New York Institut, dem Headquarter der Shadowhunters. In dieser Szene ruft Maryse während einer Versammlung den Krieg gegen den Bösewicht Valentine (Alan Van Sprang) aus. Dieser hat, zu diesem Zeitpunkt in der Serie, begonnen seine eigene Armee an Shadowhunters zusammenzustellen. Die Lage ist ernst, die Stimmung im Publikum, den weiteren Shadowhunters, ist angespannt.

Diese Ebene des GIF-Sets repräsentiert somit, neben einer Entschlossenheit des Weiterkämpfens im Rahmen der Kampagne, vor allem vermehrten Ärger, Animosität und Gefühle des Verrats gegenüber Freeform. Dies kann sich auf die generelle Entscheidung, die Serie abzusetzen, oder auf das allgemeine Verhalten von Freeform während der Kampagne beziehen, das, wie bereits erwähnt, durch Ignoranz gekennzeichnet war.

Je nachdem zu welchem Zeitpunkt und mit welchem Vorwissen Betrachtende dieses Artefakt zum ersten Mal ansehen und interpretieren, kann weiter interpretiert werden und diese Ebene des Ärgers auch auf ein spezifisches Ereignis während der Kampagne bezogen werden. Das gemeinte Geschehnis zog enorme negative Reaktionen nach sich. Der Sender Freeform strahlte im Dezember ein besonderes Weihnachts-Package an bekannten Filmen aus. Diesen wurde das

sogenannte „POPnKnowledge“-Feature zugefügt, bei dem ab und an während des Films sogenannte „Popups“ auf dem Bildschirm erscheinen. Dies sind jeweils kurze Kommentare mit interessanten und witzigen Hintergrundinformationen zum Film. Während einer solchen *PopnKnowledge*-Ausstrahlung des Films „Toy Story 1“ kam es zu besagtem Vorfall. In einer Szene des Films wird dem Charakter Andy von seiner Mutter mitgeteilt, er könne nur ein Spielzeug mitnehmen. Die Figur Woody befragt daraufhin seine magische 8er-Billiard-Kugel, ob Andy ihn, aus all den anderen Spielzeugen, wählen wird. Auf dem Bildschirm tauchte daraufhin folgender *PopnKnowledge*-Kommentar auf: „Will Freeform save *Shadowhunters* if I keep tweeting about it?“. Die Antwort, die in der Billardkugel, gemäß dem Film, erscheint ist: „Dont count on it.“.

Fans waren enorm verärgert, fühlten sich verspottet und verraten. Nicht nur wurden sie und ihre Bemühungen während der Kampagne vom Sender ignoriert, sondern nun auch noch aktiv und öffentlich von diesem verspottet. Diese Aktion erhielt schließlich so viel negative Gegenreaktion, dass Freeform eine öffentliche Entschuldigung auf Twitter hochlud, wie in Abbildung 18 veranschaulicht.

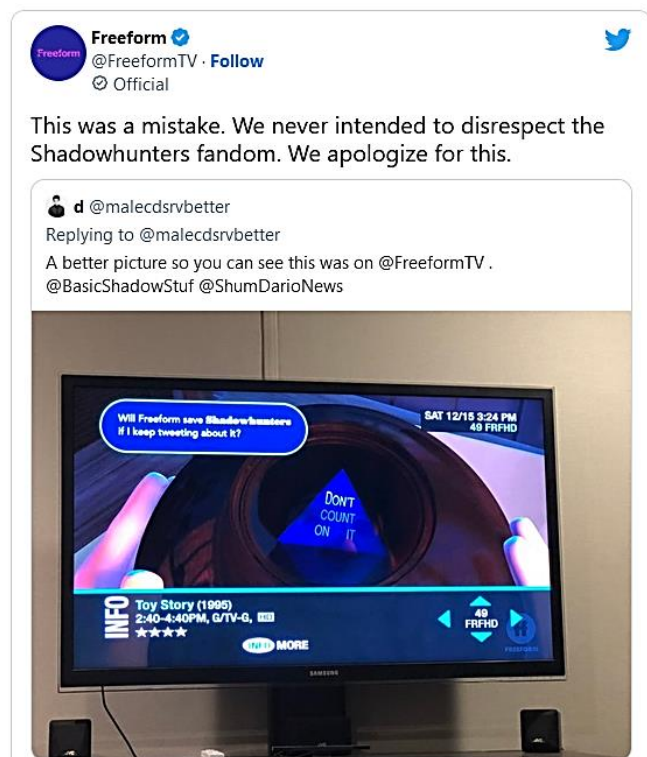


Abb. 16: Freeforms Entschuldigung an *Shadowhunters*. User*in: „@FreeformTV“, 16.12.2018, Twitter, <https://twitter.com/FreeformTV/status/1074407119875502080>.

Der*die User*in zeigt mit diesem GIF-Teil, via der Körper (Mimiken und Gestiken) und der Dialoge ihrer*seiner geliebten Serie, die gefühlte Wut angesichts der Absetzung der Serie, sowie des Verhaltens von Freeform. Der intensive Ausdruck von Wut und die scharfe Markierung einer Opposition zu Freeform kann sich folglich, je nach Betrachter*in und dessen Vorwissen zum Zeitpunkt des Betrachtens auf unterschiedliche Aspekte der SHADOWHUNTERS-Kampagne beziehen und demnach unterschiedlich tief interpretiert werden.

Die letzten beiden Bilder richten sich schließlich wieder ans Fandom und das Fan-Objekt. Es



Abb. 17: GIF-Teil (7), „Beside Still Water“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 14.08.2017, Freeform/Netflix.

wird mit einer positiven Note abgeschlossen, um die positive, gemeinschaftliche Stimmung aufzuzeigen und um die geteilte Leidenschaft zum Fan-Objekt zu feiern. In dieser vorletzten Sequenz (links unten) ist ein Mann mit schwarzen Haaren und einem schwarzen T-Shirt im Vordergrund zu sehen, der eine Sekt-Flasche erhebt und sich mit breitem,

freudigem Lächeln einer großen Gruppe von Menschen um ihn herum zuwendet. Er ist zunächst in einer Halbtotale-Einstellung zu sehen, was es den Betrachter*innen erlaubt zu erkennen, dass sich die Figuren in einer Bar befinden. Anschließend wechselt die Einstellung zu einer halbnahen und nahen Aufnahme, was seinen erfreuten Gesichtsausdruck in den Fokus rückt.

Das Bildliche vermittelt hier bereits ohne jeglichen Kontext ein Gefühl von Freude und Feierlichkeit. Es ist eine Versammlung von Menschen, die alle freudig ihr Sektglas erheben. Worauf sich diese Freude bezieht, kann jedoch an dieser Stelle, ohne zusätzlichen Kontext, nicht konkretisiert werden.

Der übergelegte Text stammt auch in diesem Fall wieder von der Serie selbst und erscheint, in weißer Schrift, der Bewegung des GIFs und des Schnitts der Szene folgend, abwechselnd auf: „To the Downworld, to the Shadowhunters!“

Die bisherigen Erfolge und Errungenschaften der Kampagne sollen gefeiert und belohnt werden. Die Macht des Fandoms, sowie der Stolz, solch eine große Kampagne aufgebaut zu haben, soll aufgezeigt werden. Es ist der Stolz Teil dieser großen Gemeinschaft zu sein, und das gute Gefühl, dass zusammen für etwas gekämpft wird, das einem wichtig ist. Die negativen Erlebnisse und der Ärger, über die Ignoranz und das Fehlverhalten von Freeform, wird, zumindest für einen Moment, vergessen. Die Gemeinschaft und der Zusammenhalt des Fandoms wird gefeiert – die Verbindung zu zahlreichen anderen Fans, über die ganze Welt verstreut, wird gefühlt.

Auch hier bietet das Wissen um den Original-Kontext zusätzlichen konnotativen Wert. Die Figur, die hier im Vordergrund das Sektglas erhebt, ist der Schauspieler Isaiah Mustafa in der Rolle von Luke. Es handelt sich hierbei um die zwanzigste Folge der zweiten Staffel „Beside

Still Water“. Es ist das Ende eines sehr actionreichen und emotionalen Staffelfinales und auch das Ende der Storyline des Antagonisten Valentine, der die Figuren seit der ersten Staffel terrorisierte. In dieser Folge wurde er endlich besiegt. Die Szene zeigt das Feiern der Figuren über diesen Sieg, aber auch das Feiern, dass Shadowhunters und Downworlders nun endlich in Frieden zusammenleben können und sich nicht mehr gegenseitig diskriminieren, wie es Valentine gewollte hatte. Der jahrhundertelange Spalt zwischen Shadowhunters (von Engeln abstammende Wesen) und Downworlders (von Dämonen abstammende Wesen) wurde nun endgültig überwunden. Es zeigt demnach auf einer tieferen Ebene auch, dass Fans, mit unterschiedlichsten Hintergründen zusammenkommen, um ihre gemeinsame Arbeit in der Kampagne zu feiern und, dass jegliche Unterschiede keinerlei Rolle spielen. Es vermittelt dadurch: Wir sind ein Fandom, eine Gemeinschaft, egal wer du bist oder woher du kommst, wir sind eine Einheit und wir feiern das nun. Gefeierte wird hier demnach der Zusammenhalt, Freundschaften, die entstanden sind, Erfolge, die auch außerhalb des eigentlichen Ziels der Kampagne liegen, wie beispielsweise die Charity-Aktionen, die People's Choice Award-Gewinne oder aber auch einfach einander Rückhalt geben, um mit den verschiedenen Emotionen klarzukommen.



Abb. 18: GIF-Teil (8), „Erchomai“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Jeffrey G. Hunt, 16.05.2018, Freeform/Netflix.

Im letzten Bild (rechts unten) ist eine Frau mit schwarzen Haaren zu sehen, die mit weit geöffneten Augen und ernstem Blick zu jemandem spricht, von dem die Betrachtenden nur Teile des Hinterkopfes erkennen können.

Die Frau, die bereits vom ersten Einzel-GIF als Lilith bekannt ist, trägt ein weißes Oberteil oder Kleid und ist auch hier wieder in einer Close-Up-Einstellung zu sehen. Sie ist umgeben von rot-orangenem Hintergrund, der schließlich auch ihr Gesicht in rot-orangeses Licht taucht. Genauere Vermutungen zu ihrer Umgebung können an dieser Stelle nicht gemacht werden.

Das GIF-Set beginnt mit einer Ankündigung von Kampf und Entschlossenheit für die Serie mit einem Motiv von Lilith, und es endet mit einer Kundmachung von Liebe für die Serie, wieder mit einem Motiv von Lilith. Der Original Dialog: „I love you more than anything. And I will never let anything bad happen to you“ wurde hier mit dem zusätzlichen Text

“[@Shadowhunters]” rekontextualisiert und richtet sich somit direkt und explizit an das Fan-Objekt selbst.

Zu sehen ist hier wieder die Schauspielerin Anna Hopkins in der Rolle von Lilith. Bei dieser Szene handelt es sich um einen Flashback zu Jonathans Kindheit. Als Kleinkind befindet er sich bei Lilith in Edom. Jonathan möchte jedoch lieber zurück in die menschliche Welt, da ihm Edom nicht gefällt und er sich fürchtet. Lilith versucht ihn zu beruhigen und sagt ihm wie sehr sie ihn liebt, und dass ihm hier nichts zustoßen werde. Mit der direkten Adressierung an SHADOWHUNTERS wird deutlich, dass der*die User*in hier, abschließend, Worte der Liebe und das Versprechen des Weiterkämpfens ausdrückt.

Mit Kenntnis des Originals erweitert auch hier der Interpretationsrahmen. Die Figuren im GIF befinden sich, wie oben erwähnt, in Edom. Es wird somit eine sehr unsichere, gefährliche und bedrohliche Atmosphäre widergespiegelt. Das Fandom befindet sich, so scheint das GIF auszudrücken, wortwörtlich in der Hölle. Ihr Fan-Objekt wird bedroht, die Absetzung steht bevor, der Sender, dem sie ihre Lieblingsserie anvertrauten, hat sie verraten und verspottet. Trotz dieser „Hölle“, dieser bedrohlichen Umgebung, stellt das Fandom ihre Liebe und Gefühle von Gemeinschaft und Fürsorge in den Vordergrund. Auch Angesichts der Bedrohungen soll der Ausdruck ihrer Leidenschaft für ihre Lieblingsserie im Fokus der Kampagne stehen und diese leiten.

In diesem Sinne steht diese letzte Ebene, und vor allem dieses letzte Einzel-GIF, auch farblich in starkem Kontrast zu den anderen, sehr kühl und dunkel gehaltenen, Bildern, beziehungsweise Sequenzen. Die warmen Farben symbolisieren die hier ausgedrückte Liebe, Wärme und Gemeinsamkeit.

Nicht nur der Text im GIF, sondern auch der Text um das GIF, hat, wie in Kapitel fünf ausgeführt, Bedeutung und Wichtigkeit für die Interpretation des Artefaktes.

Das GIF-Set wurde von dem*der User*in betitelt mit „#SaveShadowhunters mood“. Dies zeigt eindeutig, dass hier die allgemeine, kollektive Stimmung des Fandoms, genauer gesagt die Stimmungen und Emotionen des Fandoms während der Kampagne, aufgezeigt und markiert werden sollen. Es ist, wie der*die User*in deutlich macht, die Stimmung von #SaveShadowhunters, demnach der Kampagne. Diese Caption zeigt auch, dass das GIF-Set als Ganzes zusammenwirken soll, mit den Worten Steins „to communicate as a whole“⁶⁴⁴, und nicht nur als Kollektion einzelner GIFs angesehen werden soll.

⁶⁴⁴ Stein, Louisa, „The Limits of Infinite Scroll“, 2016.

GIFs zeichnen sich meist durch eine sehr kurze Dauer und schnelle, ruckhafte Bewegungen aus.⁶⁴⁵ In diesem Fall jedoch wurde die sich wiederholende Bewegung der jeweiligen Szenen verlangsamt. Dies führt dazu, dass der isolierte Moment, der Ausdruck, beziehungsweise die Gesten und Aktionen der Körper im GIF, noch mehr hervorgehoben und in den Fokus gestellt werden. Der spezifische, sonst flüchtige Moment einer bestimmten Gesichtsregung wird bewahrt, ausgestellt und endlos wiederholt. Die Bewegungen der einzelnen GIFs dieses Sets lassen das Artefakt lebendiger werden und ziehen die Aufmerksamkeit auf sich. Durch die ständige Bewegung verschiedener, einzelner GIFs wirkt dieses Artefakt jedoch zunächst wie ein buntes Durcheinander, ein Chaos von bewegtem Bildmaterial. Es regt den Zuschauenden dadurch dazu an, länger hinzusehen, um herauszufinden, worum es hier tatsächlich geht. Das Durcheinander an bewegten Bildern nimmt bei genauerem Betrachten, vor allem für Fandom-Zugehörige, mehr und mehr Form an und wirkt schließlich als Ganzes zusammen, als narratives Moment, dass die kollektive Stimmung und Emotionen des Fandoms während dem Verlauf der Kampagne beschreibt und aufzeigt. Das scheinbare Durcheinander, das beim ersten Betrachten wahrgenommen wird, kann auch als Widerspiegelung der verschiedenen, wechselnden Stimmungen, des emotionalen Auf- und Abs während der Kampagne, verstanden werden. Es repräsentiert das emotionale Chaos und die Verwirrung darüber, was getan werden kann, um die Serie zu retten und wer tatsächlich „Schuld“ an der Absetzung hatte. Emotionen wie Hoffnung, Wut, Zusammenhalt, Unsicherheit, Stolz und Entschlossenheit wechseln sich stetig ab. Die zugrundeliegenden Säulen der Kampagne bleiben jedoch stets standhaft und gleich – Liebe und Leidenschaft für das Fan-Objekt, sowie eine Entschlossenheit für dieses zu kämpfen. Diese Säulen werden in diesem Artefakt repräsentiert durch Lilith, mit der das GIF-Set beginnt und endet.

Eine interessante Beobachtung ist, dass hier eine antagonistische Figur als Repräsentation dieser Säulen gewählt wurde. In beiden ausgewählten Szenen geht es jedoch um Liliths Sohn Jonathan, demnach um starke Gefühle von Liebe und beschützenden Instinkten. Es sind Gefühle, die auch das Fandom zu ihrer Lieblingsserie verspürt. Die Fans haben eine große Leidenschaft zu ihrem Fan-Objekt und, durch die intensive Beschäftigung damit, wie in Kapitel zwei erwähnt, oft auch ein gewisses Gefühl von Besitz. Sie wollen mitbestimmen dürfen, was mit ihrem Fan-Objekt geschieht und sind oft sehr fürsorglich und beschützend. Während Lilith, als Antagonistin, in der Serie zu sehr in Richtung negativer Besitzergreifung gegenüber Jonathan rutscht und dabei Andere verletzt oder sogar tötet, steht sie doch stets für sehr intensive, starke Ausdrücke von Emotion. Diese Intensität der Emotionen und ihre standfeste

⁶⁴⁵ Vgl. Li/Song/Cao/Tetreault/Goldberg/Jaimes/Luo, „TGIF“, 2016, S. 4641.

Entschlossenheit in ihrem Vorhaben zu siegen, soll sie, stellvertretend für das Fandom, hier repräsentieren. Zudem stellt Lilith eine der mächtigsten Antagonist*innen der Serie dar, was hier auch die Macht des Fandoms und der Kampagne darstellen soll, wie im weiteren Verlauf, in der Zusammenfassung der aufscheinenden Funktionen, noch ausgeführt wird.

Auf ikonologischer Ebene schließlich fällt die Länge des GIF-Sets auf. Dies kann durch die Plattform, auf der dieses Artefakt veröffentlicht wurde, geprägt worden sein. Das GIF-Set befindet sich, im Gegensatz zu den anderen beiden Beispielen, nicht auf Twitter, sondern auf der Plattform Tumblr. Nach Twitter ist die Plattform Tumblr die zweit-größte Micro-Blogging-Seite.⁶⁴⁶ Ein Tumblr-Beitrag kann von anderen User*innen, wie bei Twitter, geteilt, geliked und kommentiert werden, jedoch gibt es bei Tumblr keinerlei Längen-Beschränkung der Beiträge. Tumblr unterstützt auch Multimedia-Beiträge, wie Bilder, Videos oder Audio-Dateien.⁶⁴⁷ Auf Tumblr hat sich deshalb vor allem das Teilen visuellen Bildmaterials durchgesetzt. Nicht zuletzt aus diesem Grund war es vor allem die Plattform Tumblr, die die Nutzung von GIFs polarisierte, wie Hautsch beschreibt: „While the technology for GIFs has been available since 1987, Tumblr is largely responsible for mainstreaming their use.“⁶⁴⁸ Text sei demnach auf Tumblr eher „secondary to the visual rhetoric.“⁶⁴⁹ Da Tumblr eine Plattform ist, die mehr auf visuelle Kommunikation ausgelegt ist, macht ein vergleichbar langes GIF-Set, wie dieses Beispiel, hier mehr Sinn und beschreibt durch Bilder, beziehungsweise Sequenzen die Stimmungslagen des Fandoms.

Funktion(en)

Dem Artefakt können, wie bereits in der Analyse der Einzel-GIFs vorweggenommen, mehrere Funktionen zugeordnet werden. Zunächst und sehr eindeutig, wird hier ein emotionaler Standpunkt markiert und dargestellt. Die ausgewählten Sequenzen sind fast ausschließlich Close-Up-Aufnahmen von Gesichtern, was es erlaubt den Betrachtenden die jeweilige Expression nah und im Detail zu präsentieren. Sehr intensive und aussagekräftige Gesichtsausdrücke wurden aus dem Ganzen der Serie herausgelöst, neu zusammengefügt und mit der Betitelung „#SaveShadowhunters mood“ rekontextualisiert. Es ist somit eine visuelle Darstellung und Demonstration des emotionalen Inhaltes des Textes. Die Verlangsamung der Bewegung, sowie die ständige Wiederholung der Sequenzen, verstärken dabei die affektive

⁶⁴⁶ Vgl. Chang/Tang/Inagaki/Liu, 2014, S. 2.

⁶⁴⁷ Vgl. Ibid., S. 1.

⁶⁴⁸ Hautsch, 2018, Absatz [2.4].

⁶⁴⁹ Ibid., Absatz [2.1].

Wirkung dieser.

Die ausschließliche Verwendung von Motiven, Szenen, Dialog und Charakteren der Serie ist hier ebenfalls bedeutend, da diese für Fans bekannte Bilder sind und somit bereits gewisses eingeschriebenes emotionales Gewicht mit sich tragen. Fans werden durch diese Motive zurück in die Welt der Serie gebracht, zurück zu den emotionalen Reaktionen, die sie beim Ansehen der Folgen hatten. Auch eine gewisse Pastiche-Funktion scheint hier demnach auf, das heißt die Freude des Wiedererlebens dieser Sequenzen.

Während die Sequenzen, als dekontextualisiertes Material, für Außenstehende durchaus erkennbar sind in ihrer Vermittlung von bestimmten Emotionen und affektiven Ausdrücken, ergeben sich für Fans doch tiefere, komplexere Lagen der Bedeutung. Denn das Material bleibt, wie in Kapitel sechs erwähnt, stets mit dem Original in gewisser Weise verbunden und fügt diesem bestimmte Bedeutungen und Konnotationen hinzu.

Der*die User*in verweist in dem Artefakt, und auch bei der Betitelung dessen, zudem auf eine spezifische Fan-Kampagne, die #SaveShadowhunters-Kampagne, sowie auf ganz spezifische Referenzen und Insider-Witze des Fandoms. Hierdurch markiert der*die User*in auch seine*ihre Zugehörigkeit zu dem SHADOWHUNTERS-Fandom. Es ist eine Zurschaustellung des Grades an kulturellem Kapital in dieser spezifischen Gemeinschaft. Aus drei Staffeln zu jeweils mindestens achtzehn Folgen hat der*die User*in erfolgreich rhetorisch-effektives Material, für acht verschiedene Szenen ausgewählt, isoliert und für sein GIF-Set neu zusammengefügt.

Neben dieser Darstellung des Wissens zur Serie selbst, bezieht sich der*die User*in, wie oben erwähnt, auf spezifische Referenzen und Insider-Witze des Fandoms während der Kampagne, wie beispielsweise durch die Verwendung des Spitznamens „Freeflopp“ ersichtlich wird. Der*die User*in kombiniert Wissen aus verschiedenen Bereichen, Fandom-spezifisch, das heißt Wissen zum diegetischem Inhalt und auch zur Kampagne selbst, sowie auch der breiteren Meme-Kultur, durch die gekonnte Verwendung eines GIF-Sets, und präsentiert dies durch das Artefakt auf Tumblr. Einerseits kennzeichnet sich der*die User*in auf diese Weise als Teil des Fandoms, präsentiert sein*ihr Wissen, und andererseits exkludiert er*sie dabei in gewissem Maße all jene, die dieses Wissen nicht besitzen und demnach nicht Teil der Gemeinschaft sind.

In der weiteren Analyse des GIF-Sets wurden demnach auch bemächtigende und abgrenzende Funktionen sichtbar.

Mit der Aneignung, Modifizierung und Veröffentlichung von Material, das dem*der User*in

nicht gehört, wird, Voigts zu Folge, bereits eine bemächtigende Wirkung erzielt.⁶⁵⁰ Der*die User*in eignet sich dieses Material an und nutzt dieses nach eigenen Vorstellungen und zu eigenen Zwecken. Es erfolgt eine Verschiebung vom passiven Zuschauenden zum*r aktiven Produzent*in.

Auch visuell und inhaltlich werden bemächtigende und abgrenzende Aspekte sichtbar. Mit der Verwendung des verspottenden Spitznamens „Freeflopp“ macht sich der*die User*in Überlegenheits-Humor zu Nutze, um sich und das Fandom in einer übergeordneten Stellung zu positionieren. Freeform wird als lächerliche Instanz dargestellt, über die man Lachen kann. In den ausgewählten Szenen wird das Fandom stets durch starke, selbstsichere Figuren repräsentiert, die immer die aktive Rolle übernehmen, das heißt aktiv bestimmte Handlungen ausführen, wie beispielsweise den Kick gegen den Automaten oder selbst Drohungen und Statements aussprechen. Freeform hingegen wird entweder als Antagonist, wie beispielsweise Valentine oder Jonathan, als gehasste Figur, wie beispielsweise Aldertree oder sogar als unbelebter Gegenstand, wie dem Snack-Automaten, dargestellt. Diese Figuren und Repräsentationen sind dabei immer in der passiven Rolle, das heißt, sie haben in der Sequenz keinen Sprech-Part und sind auch meist nur zum Teil, nur von hinten oder gar nicht im Bildrahmen zu sehen. Des Weiteren sind diese Figuren stets diejenigen, die die Drohung oder Maßregelung hinnehmen, beziehungsweise gegen die diese gerichtet sind. Das Fandom wird demnach, von dem*r User*in in einer Machtstellung positioniert, während Freeform, als schwächere Instanz, untergeordnet und passiv dargestellt wird. Freeform ist nicht wichtig genug, um überhaupt ganz im Bildrahmen zu erscheinen.

In dieser gemeinsamen Opposition gegen Freeform wirken, gemäß den Eigenschaften des Überlegenheitshumors, neben abgrenzenden Aspekten, auch stark vereinigende Faktoren innerhalb des Fandoms. Die Markierung der Grenzen der Gemeinschaft verleiht ein Gefühl von Macht, die Exklusivität und das Gefühl von Zusammenhalt stärkt die Gemeinschaft.

Mit einem gekonnt zusammengestellten GIF-Set werden hier somit mehrere Funktionen erfüllt. Aussagekräftiges Bildmaterial und Dialog wurde hier aus der Serie genommen und in den neuen Kontext der SHADOWHUNTERS-Kampagne überführt.

Mit dem vorrangigen Fokus auf sich bewegende Gesichter und Mimiken, zusammen mit der textuellen Ebene, der rhetorisch effektiven Verwendung von Bildmaterial und Dialog der Serie selbst, sowie dem Einsatz von Überlegenheitshumor, kann der*die User*in mit diesem einen medialen Artefakt komplexere Emotionen vermitteln, sich als Teil des SHADOWHUNTERS-

⁶⁵⁰ Vgl. Voigts, 2018, S. 395.

Fandoms ausweisen, sich und dieses Fandom dabei in einer Machtstellung positionieren und die Grenzen besagten Fandoms markieren und bewahren.

8. Conclusio

Memes und GIFs, als soziale, multimodale mediale Artefakte, sind, vor allem im Online-Bereich, bereits zum stetigen Wegbegleiter geworden. Als polysemisches Medium können sie dabei eine ganze Bandbreite an Funktionen und Einsatzweisen hervorbringen. Da Memes und GIFs prinzipiell partizipatorische Artefakte sind, demnach stets im gegenseitigen Austausch und in gegenseitiger Referenz entstehen, florieren sie besonders in partizipatorischen Kulturen, wie Fandoms. Dies führte dazu, dass vor allem Fans online den Gebrauch dieser Artefakte förderten. Zentrale Aspekte der Meme-Erstellung, wie Aneignung und Transformation von bestehendem Material, finden sich auch in Fandom-Kulturen wieder. Soziale, politische und ökonomische Aspekte von Memes und deren Potential zum strategischen Einsatz, machen sie auch für fan-aktivistische Zwecke interessant. Dies ergibt sich, unter anderem, durch die Tatsache, dass Memes durch ihre Mischung aus Musterhaftigkeit und individueller Transformation, sowohl individuell als auch kollektiv wirken. Geteilte Slogans können sich somit persönlicher, individueller und vor allem sehr schnell in der Netzwerk-Kultur verbreiten und eine breitere Masse an Menschen und Gruppen erreichen. Durch die Zusammensetzung aus Bild und Text, wobei oft gekonnt mit verschiedenen Bedeutungsebenen und Referenzen gespielt wird, kann durch ein Artefakt Vielfältiges ausgedrückt und vermittelt werden. Sie sind somit im Sinne der heutigen Aufmerksamkeitsökonomie nützliche Medien.

Dies zeigte sich auch eindeutig in der SHADOWHUNTERS-Kampagne, die den Untersuchungsrahmen dieser Arbeit bildete. Während dieser Kampagne kamen überwiegend Memes und GIFs zum Einsatz. Bei der ersten Betrachtung der Kampagne stellte sich die Vermutung auf, diese bildlichen Medien seien einem Beitrag lediglich zur Erregung der Aufmerksamkeit beigelegt worden. Die genauere Betrachtung eröffnete jedoch eine breite Vielfalt an Funktionen und Anwendungsweisen, die über diese anfängliche Aufmerksamkeitserregung hinausgehen.

Der Begriff Meme, der aus dem evolutionsbiologischen Bereich in den digitalen Bereich übertragen wurde, umfasst eine große Bandbreite an Kategorien und Ausdrucksformen. Die wohl bekannteste Meme-Form ist dabei das Image-Macro, eine Zusammensetzung aus Bild und darüber gelegtem Text, meist mit humorvollem Ergebnis. Für die Meme-Erstellung kann auf unterschiedlichste Quellen zurückgegriffen werden, am häufigsten sind diese Quellen jedoch Werke der Populärkultur, wie Fernsehsendungen, Filme oder auch auf sozialen Netzwerken viral gewordenes Bildmaterial.

Memes können individuell gestaltet werden, folgen jedoch stets dem bekannten, gleichen

Muster. Stemann beschreibt diesen Aspekt auch als „Spiel mit Kern und Varianz“⁶⁵¹. Die User*innen befassen sich bei ihrer Bearbeitung, Transformation und Erstellung ihrer Artefakte spielerisch mit dem Material, folgen jedoch, wie bereits erwähnt, stets demselben Muster, demselben Kern, eines charakteristischen Memes. Demnach werden schließlich auch bestehende Memes zu weiteren Quellen für neue Meme-Erstellungen.

GIFs, als Untergruppe von Memes, greifen in ihrer Herstellung ebenfalls auf bereits vorhandenes Material zurück. Im Unterschied zu Memes, handelt es sich bei GIFs jedoch um Sequenzen. Der Aspekt der Bewegung des Bildes, sowie auch die Spezifität dieser Bewegung – die ständige Wiederholung ein und derselben Sequenz – wirkt sich bei diesen Artefakten besonders auf die Wirkung und Rezeption aus.

Das GIF nimmt eine Position zwischen Fotografie und Film ein, was einerseits erlaubt narrativer und komplexer wirken kann als das Meme, aber andererseits kann durch die Schleifung, das Fehlen von Ton und die kurze Dauer der Sequenzen, keine vollständige Narration erreicht werden.

Diese multimodale Zusammensetzung, bei der mehrere Bedeutungsträger zusammenlaufen, ist es auch, die dafür sorgt, dass Memes auf solch zahlreiche Arten und Weisen eingesetzt werden können. Vom komödiantischen Ausdruck, zu kreativen Art-Works und komplexen Analysen, hin zur Präsentation kulturellen Wissens oder der Vermittlung emotionaler Standpunkte, sowie auch ernsterer Kritik – *Memes can do it all*.

Der Fokus in dieser Arbeit wurde auf die drei Funktionen – Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt, als Marker der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom und als Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung – gelegt und erwies sich als erfolgreich, da in einer Vielzahl der Beispiele eine oder mehrere dieser Funktionen sichtbar wurden.

Ein Bild kann prinzipiell universaler verstanden werden und eine größere Menge an Informationen vermitteln als Text allein. In der Auseinandersetzung, in der Begegnung eines*r Betrachters*in mit einem Bild spielen einige Faktoren eine Rolle, die die Auffassung und Interpretation dieses Bildmediums beeinflussen. Hier kommt vor allem einem gewissen Vorwissen, sowie bestehende Meinungen, Haltungen und Erwartungen große Bedeutung zu. Ein Bild ist demnach nie nur eine einfache Repräsentation eines Gegenstandes, sondern beinhaltet immer auch eine gewisse konnotierte Bedeutung. Da Memes und GIFs polysemisch sind, demnach mehrere Bedeutungsquellen integrieren und

⁶⁵¹ Stemann, 2019, S. 142.

vereinen, sowie multimodal aufgebaut sind, das heißt aus mehreren, formal unterschiedlichen Modalitätsteilen bestehen, ergibt sich hier eine große Vielfalt an möglichem „bild- und sprachförmigen Vorwissen“.⁶⁵² Zusätzlich beziehen sich Memes und GIFs oft auf ganz spezifische Diskurse oder integrieren Insider-Wissen einer spezifischen Diskurs Gemeinschaft.

User*innen können demnach, durch gekonnte Zusammensetzung von Memes und GIFs, ihr eigenes Wissen zu bestimmten Gruppennormen und Diskursen der Subkultur zur Schau stellen. Memes und GIFs können so bestimmte Gruppen-Zugehörigkeiten markieren, indem sie als Form von kulturellem Kapital agieren. Der*die User*in muss demnach einen gewissen Grad an solch kulturellem Wissen und Kompetenz aufweisen, um die Artefakte richtig zu verstehen, die tieferen oder weiteren Bedeutungsebenen freizulegen, sowie die Artefakte auch selbst auf effektive Weise einzusetzen. Da sich diese Artefakte dabei oft auf mehrere Bedeutungsebenen beziehen, sowie einem bekannten Meme-Muster folgen, kann, neben einer Zugehörigkeit zu dem spezifischen Fandom, auch eine Zugehörigkeit zur breiteren Meme-Kultur etabliert werden. Die Partizipation, das heißt das Liken, Kommentieren und Teilen dieser Artefakte ruft indes bereits eine Verbundenheit mit der Gemeinschaft hervor. Diese Funktion zeigte sich in den ausgewählten Beispielen vorrangig durch den gekonnten Einsatz von Bildmaterial der Serie SHADOWHUNTERS. Die User*innen schafften es, aus den drei Staffeln der Serie jeweils rhetorisch passende Szenen, Sequenzen, sowie Dialoge herauszufiltern, um diese dann effektiv in den jeweiligen neuen Kontexten einzubauen. Sie präsentieren dadurch ihren Grad an kulturellem Kapital in der Gemeinschaft und weisen sich als dem Fandom zugehörig aus. Zudem wurde hier oft mit den verschiedenen Bedeutungsebenen gespielt, dem Original-Kontext der Szene und der Serie, dem neuen Kontext der Fan-Kampagne, sowie oft weiteren Referenzen und intertextuellen Bezügen zu anderen Bereichen der Populärkultur, wie beispielsweise anderen bestehenden Memes. Auch Pastiche-Zwecke schienen hier auf, das heißt die Freude des Wiedererlebens spezifischer Bilder und Sequenzen und der dadurch aufgezeigte Wunsch nach Austausch mit der Gemeinschaft. Dies bewirkt in jedem Fall die Kennzeichnung von Mitgliedschaft.

In der Analyse der Beispiele fiel auf, dass vor allem diese Funktion der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom, sowie jene der Bemächtigung und Grenzziehung oft ineinander übergingen, beziehungsweise sich im Wechselspiel ergaben. Die Markierung einer Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft, mittels des Einsatzes bestimmter bedeutender Bilder und Sequenzen, Referenzen und Insider-Witzen, ging oft mit einer Abgrenzung all jener einher, die

⁶⁵² Endreß, 2019, S. 54.

diese nicht verstehen oder erkennen. Die Bewahrung bestimmter Grenzen der jeweiligen Subkultur ist vor allem in Fandoms zentral. Memes und GIFS können hier als Gate-Keeping Instrument dienen. Die dadurch entstehenden Gefühle der Exklusivität und Sicherheit der Gemeinschaft wirken wiederum bemächtigend: Sich als Einheit zu fühlen, als große, exklusive Gruppe an Personen und Gleichgesinnten, die dieselbe Leidenschaft teilen und gemeinsam für ein Ziel kämpfen.

Demnach hing auch der verwendete Humor, ob als Überlegenheitsanspruch oder in der Präsentation von kulturellem Kapital, folglich der Markierung von Fandom-Zugehörigkeit, oft mit solch spezifischen Insider-Wissen zusammen. Dies schließt andere Personen aus, die diesen Humor nicht verstehen.

Da Humor eine Schlüsseleigenschaft von Memes und GIFs darstellt, kam die Art des eingesetzten Humors auch als zentraler Aspekt in der Funktion als Bemächtigungsstrategie und Grenzziehung zum Vorschein. Humor sei dabei grundlegend von einem dualen Charakter ausgezeichnet, der vereinigende und gleichzeitig abgrenzende Eigenschaften aufweist. Der Theorie des Überlegenheitshumors kam dabei große Wichtigkeit zu. Dieser Theorie nach wird Humor empfunden, wenn eine Person ein überlegendes Gefühl gegenüber einer anderen verspürt. Eine Person wird dabei als lächerlich empfunden, wenn sie*er bestimmten Gruppenkriterien nicht entspricht. Meyer beschreibt hier auch die Kritik einer Opposition als Eigenschaft des Überlegenheitshumors.⁶⁵³ Machthabende öffentlich zu kritisieren sei dabei eine Form der Selbstbemächtigung. Diese Bemächtigung kann nicht nur durch Über-Andere-Lachen, sondern auch in Form von selbstbezogenem Humor auftreten. In diesem Fall habe der*die User*in die Kontrolle über die Situation, beziehungsweise darüber, welcher Aspekt als Verspottung angeboten wird. Bestimmte Schwächen zuzugeben sei außerdem als Zeichen von Stärke zu werten.⁶⁵⁴

Während Humor somit, in diesem gemeinsamen Überlegenheitsgefühl und der Kritik, beziehungsweise der Hervorhebung der Differenz zu einem lächerlichen oder unpassenden, unangemessenen Anderen, bemächtigt und vereinigend innerhalb der Gruppe wirkt, schafft Humor auch wesentlich Grenzen. Humor ist demnach ein Kontrollmechanismus oder eine Form von Widerstand. In dieser Kontrollfunktion tritt Humor in den Memes als Abgrenzungsmittel, als Gatekeeping-Tool auf. In den ausgewählten Beispielen bezog sich der Humor in den Memes meist auf die Zurschaustellung eines bestimmten Fehlverhaltens von anderen, was eine gewisse Disziplinierung miteinbezieht. Es wurde klar eine Grenze zwischen dem Fandom und den

⁶⁵³ Vgl. Meyer, 2000, S. 316.

⁶⁵⁴ Vgl. Zajdman, 1995, S. 338.

Außenstehenden, allen voran jedoch gegenüber der Medienindustrie, in diesem Fall dem Sender Freeform, gezogen. Durch den Einsatz bestimmter Insider-Witze und -Referenzen, die nur von Gruppenmitgliedern wahrgenommen und verstanden werden, werden all jene, die diese nicht verstehen, grundsätzlich ausgeschlossen und ausgegrenzt. Auch der Verweis auf bestimmte Errungenschaften und Erfolge des Fandoms fiel in den Beispielen auf und wirkte zudem bemächtigend, da gleichzeitig, meist Freeform, dieser Zurschaustellung der Macht unterstellt wird.

Eine gewisse Bemächtigung via Memes und GIFs ergibt sich zudem durch das Konzept der Aneignung. User*innen eignen sich kulturelles Material an, transformieren und bearbeiten dieses nach eigenen Wünschen und teilen diese Kreationen in Form von neuen Memes und GIFs dann wieder mit der Gemeinschaft. Von dieser wird es dann kommentiert, geteilt und eventuell wieder neu transformiert. Fan-Aktivitäten sind meist überaus soziale Prozesse, was sich mit den sozialen, partizipatorischen Eigenschaften der Memes und GIFs gut vereinen lässt. Individuen, die so am Diskurs teilnehmen, bemächtigen sich durch diese Aneignung in ihrer Stellung von passiven Konsument*innen hin zu aktiven Produzent*innen. Durch die schnelle Verbreitung und Beliebtheit der Artefakte können bestimmte Haltungen und Meinungen, die durch Memes und GIFs im Online-Raum ausgedrückt werden, eine große Masse erreichen und Einfluss auf andere, vor allem junge Menschen, nehmen.

Auch stilistisch fiel, durch den erkennbaren Internet-Ugly-Stil ein weiterer Abgrenzungsmechanismus auf. Vor allem im ersten, in der Arbeit dargestellten Beispiel wurde auf bestimmte Schönheitsideale der Mainstream-Medien verzichtet. Die kantigen Ränder des Motivs, und die unscharfe Bildqualität heben eine gewisse beabsichtigte Amateurhaftigkeit hervor. Diese aktive Abgrenzung zu Mainstream-Medien wirkt für Mitglieder dieser Kultur und Gemeinschaft authentisch und amüsant, für Außenstehende ist dies jedoch schwer zu verstehen und nachzuvollziehen.

Neben der raschen Verbreitung und Zurschaustellung bestimmten Insider-Wissens, bergen Bilder vor allem tiefe Verbindungen zu unseren Emotionen. Es werden demnach nicht nur visuelle Informationen, sondern auch „emotionale, sinnliche Informationen“⁶⁵⁵ vermittelt.

Die Markierung eines bestimmten emotionalen und affektiven Zustandes zeigte sich in der Datensammlung der SHADOWHUNTERS-Kampagne am häufigsten und eindeutigsten. Diese Funktion äußerte sich in den analysierten Artefakten vorrangig durch den Fokus auf das

⁶⁵⁵ Murray, 2009, S. 84.

Detail. Es wurden hauptsächlich Bilder, Sequenzen und Screenshots ausgewählt, die ein Gesicht in einer Close-Up-Einstellung zeigen. Eine ganz bestimmte Mimik und/oder Gestik wird dadurch zum alleinigen Fokus des Bildausschnittes, des Artefaktes. Im Falle von GIFs bewegt sich dieser Gesichtsausdruck und/oder die Gestik noch zusätzlich und wird immer und immer wieder wiederholt. Aus diesem Grund, sowie der Tatsache, dass das verwendete Material oft aus der Serie selbst stammt, lagen Verbindungen zum filmischen Close-Up nahe. Bei Memes und GIFs handelt es sich jedoch um isolierte, dekontextualisierte Bilder und Clips, die keine weiterführende Narration mehr aufweisen, auf die sie bezogen und in Relation gestellt werden können. Man hat demnach nur diese Close Up-Einstellung und den Ausdruck, der darin gezeigt wird, auf den man sich beziehen kann.

Gesichtsausdrücke sind weitgehend universal verständlich, Zuschauende können diesen auch ohne Kontext erkennen, beziehungsweise für ihre eigenen Meme-Kreationen mit abweichenden Kontexten verwenden. Denn, wie Balázs beschreibt: „[D]er Ausdruck ist auch ohne Begründung da. Er wird nicht erst durch die hinzugedachte Situation überhaupt zu einem Ausdruck.“⁶⁵⁶ Dies erklärt auch die Beliebtheit und den überwiegenden Einsatz von Memes und GIFs als Ausdrucksmittel bestimmter Emotionen und Reaktionen. Hieraus entwickelte sich auch die Praktik des Reaction-Memes/GIFs, das spezifisch zur Darstellung bestimmter affektiver Reaktionen dienen soll. Memes und GIFs können dabei als emotives Vokabular, emotionale Inhalte verkörperlicht darstellen. Dabei können sie entweder als verkörperlichte, affektive Reaktion, eine Antwort auf etwas Vorangegangenes darstellen oder auch als Co-Speech-Geste fungieren, wobei sie etwas im Text Beschriebenes visuell inszenieren. Dies wiederum können emotionale Inhalte, aber auch bestimmte beschriebene Handlungen sein.

Wie bereits erwähnt, kommt im Falle von GIFs Bewegung mit ins Spiel. Eine einzige Handlung oder Mimik wird, meist im Close-Up, immer wieder wiederholt. Die zu vermittelnde Emotion wird dadurch verstärkt. Die Wiederholung desselben Ausdrucks wirkt hypnotisierend und führt oft dazu, dass sich die Betrachtenden länger mit dem Artefakt beschäftigen, wodurch bestimmte Affekte die Zeit haben, stärker zu wirken. Die Bewegung des GIFs erlaubt es den User*innen zudem komplexere Emotionslagen zu vermitteln. Das Affektive wirkt dabei nicht nur durch die ständige Wiederholung stärker, sondern auch durch die größere Ähnlichkeit zur realen Welt und zu realen Situationen, in denen sich auch das Gegenüber und dessen Gesichtsausdruck bewegt. Durch die Close-Up-Einstellung und die Nähe der Betrachtenden zum Bildschirm, auf dem das Artefakt betrachtet wird, sind diese Mimiken sogar noch näher herangebracht, als sie

⁶⁵⁶ Balázs, 2001, S. 16.

es womöglich im realen Leben wären. Zudem wird dieser Ausdruck dann noch endlos wiederholt.

All dies dient der Vermittlung und Verstärkung der jeweiligen Emotion und/oder Reaktion auf und zu bestimmten Gegebenheiten und Ereignissen.

Auch die Herkunft des Materials spielt eine wichtige Rolle. Trotz der Dekontextualisierung beim Einsatz von Memes und GIFs, ist das Bildmaterial stets verbunden mit dem Original und verweist darauf zurück. Die Verwendung von Motiven der Serie Shadowhunters bringt demnach, vor allem für Fans, bereits gelebte Emotionen und Gefühle mit sich, die durch die Betrachtung aufkommen.

Schließlich wurde in der Analyse die Wichtigkeit der Miteinbeziehung der textuellen Ebene ersichtlich. Memes und GIFs sind online umgeben von zahlreichen anderen, weiteren Beiträgen – Text, Bild, Video und/oder Links. Dieser Text hat oft starken Einfluss auf die Interpretation und Auffassung der Artefakte.

Der Text kann die Bedeutung eines Artefaktes durch zusätzlichen Kontext ersichtlich machen, und die Möglichkeiten der Interpretation dadurch erweitern oder auch einschränken und kontrollieren. In einigen Fällen ist Text auch notwendig, um den rhetorischen Zweck des Artefaktes zu erzielen und ersichtlich zu machen. Dies zeigte sich vor allem im zweiten Analyse-Beispiel, das dem When-Meme-Muster folgte. Hier würde das Bild ohne die begleitende Text-Komponente nicht richtig interpretiert oder verstanden werden können. Besonders bei solchen When-Memes, die, dem Format folgend, auch der Kategorie des hypothetischen Reaction-Memes zugeordnet werden können, ist eine spannende Bild-Text-Relation beobachtbar. Der Text stellt die When-Klausel, eine Ausgangssituation vor, die durch das Bild vervollständigt wird, beziehungsweise den Ausgang der Situation präsentiert. Dabei handelt es sich häufig um einen reaktionären Ausdruck. Das Bild und auch der Text allein, wäre in solchen Fällen unvollständig, sie wirken demnach nur in Kombination.

Bild und Text beeinflussen sich bei Memes und GIFs somit gegenseitig, denn der Text hat Einfluss auf die Auffassung des Bildes und das Bild wirkt sich darauf aus, wie der Text aufgefasst wird. Wie sehr dabei der Text Einfluss auf die Interpretation nehmen kann, hängt dabei wieder von bestimmtem vorhandenem Vorwissen ab. Der Text kann, demnach, je nach Wissenstand, die Auffassung des Artefaktes nur begleitend unterstützen oder kontrollieren und gänzlich lenken.

Die Modifikation der Artefakte durch User*innen geht auch meist auf linguistischer Ebene vonstatten. Das Meme-Template, wie beispielsweise das Confused-Black-Girl Meme-Bild des

ersten Analyse-Beispiels, bliebe gleich und demnach erkennbar, der Text wird jedoch transformiert, wodurch das Meme/GIF rekontextualisiert wird.

Die Artefakte, die im Rahmen der SHADOWHUNTERS-Kampagne veröffentlicht wurden, dienten somit, neben der Erregung von Aufmerksamkeit und der Anregung zur Teilnahme an der Kampagne, sowie der spielerischen Beschäftigung mit dem Material, auch maßgeblich den drei angeführten, ausgewählten Funktionen. Diese Funktionen zeigten sich in den Beispielen, sowohl auf Bild- als auch auf Text-Ebene, sowie im Zusammenspiel der beiden. Das Bildmaterial wurde gekonnt ausgewählt, sich von dem*der User*in angeeignet und mit weiteren Modalitäten, wie Text oder anderen Memes oder GIFs, sowie Referenzen und intertextuellen Verweisen verbunden. In diesem Prozess entstehen und formen sich schließlich Artefakte, die sich auf vielfältige Weise interpretieren und einsetzen lassen. Diese Artefakte leben und verbreiten sich im Online-Raum immer weiter und werden schon bald von weiteren Betrachtenden entdeckt, interpretiert und bilden so einen Ausgangspunkt weiterer Transformationen, die wieder weiter geteilt werden.

9. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Reaction-(When-) Meme, User*in: „@jacesixpack.old“, <i>Instagram</i> , 05.07.2018. ..	50
Abb. 2: Selbstbezogener Humor als Bemächtigung, User*in: „everydayshadowhunters“, <i>Tumblr</i> , 06.06.2018, https://www.tumblr.com/everydayshadowhunters/174610815521/the-shadowhunters-fandom-today?source=share	81
Abb. 3: Internet-Ugly-Ästhetik, User*in: „@SASpihesi“, <i>Twitter</i> , 21.06.2018, https://twitter.com/SAspihesi/status/1009725636808794112	84
Abb. 4: Boy Bye-Meme, User*in: "@WriterJay2022", <i>Twitter</i> , 12.11.2018, https://twitter.com/WriterJay2022/status/1061857130964307968	89
Abb. 5: Freeform-Beitrag, User*in: "@FreeformTV", <i>Twitter</i> , 12.11.2018, https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768	92
Abb. 6: Kommentare (1), <i>Twitter</i> , 12.11.2018, https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768	98
Abb. 7: Kommentare (2), <i>Twitter</i> , 12.11.2018, https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768	98
Abb. 8: Kommentare (3), <i>Twitter</i> , 12.11.2018, https://twitter.com/FreeformTV/status/1061829568699424768	98
Abb. 9: Boy Bye-Meme, User*in: "@WriterJay2022", <i>Twitter</i> , 12.11.2018	99
Abb. 10: Jace-Meme, User*in: „@eleanor_t123“, <i>Twitter</i> , 22.06.2018, https://twitter.com/eleanor_t123/status/1010114076092100608	102
Abb. 11: GIF-Set, User*in: „tobyregbho“, <i>Tumblr</i> , 18.06.2018, https://www.tumblr.com/tobyregbho/174990751765/saveshadowhunters-mood?source=share	111
Abb. 12: GIF-Teil (1), „A Heart of Darkness“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Ari Sandell, 09.05.2018, Freeform/Netflix.	111
Abb. 13: GIF-Teil (2), „Bad Blood“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Jeremiah S. Chechik, 01.02.2016, Freeform/Netflix	113
Abb. 14: GIF-Teil (3), „Bound By Blood“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 27.02.2017, Freeform/Netflix	116
Abb. 15: GIF-Teil (4), „On Infernal Ground“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 21.03.2018, Freeform/Netflix.	118
Abb. 16: GIF-Teil (5), „Hail and Farewell“, SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 07.08.2017, Freeform/Netflix	120

Abb. 17: GIF-Teil (6), „This Guilty Blood", SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 03.01.2017, Freeform/Netflix.....	121
Abb. 18: Freeforms Entschuldigung an Shadowhunters. User*in: „@FreeformTV", 16.12.2018, <i>Twitter</i> , https://twitter.com/FreeformTV/status/1074407119875502080	123
Abb. 19: GIF-Teil (7), „Beside Still Water", SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Matthew Hastings, 14.08.2017, Freeform/Netflix.....	124
Abb. 20: GIF-Teil (8), „Erchomai", SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, R.: Jeffrey G. Hunt, 16.05.2018, Freeform/Netflix.....	125

10. Quellenverzeichnis

- Aitwani, Sanya Kumar, *Taking Internet Memes Seriously - A Literature Review*, o.D., https://www.academia.edu/38491333/Taking_Internet_Memes_Seriously_A_Literature_Review [20.05.2021].
- Alberts, J.K./Y. Kellar-Guenther/J.R. Corman, „That’s Not Funny. Understanding Recipients’ Responses to Teasing“, *Western Journal of Communication* 60, S. 337–357.
- Androutsopoulos, Janis K., „Multimodal - Intertextuell - Heteroglossisch. Sprach-Gestalten in ‚Web 2.0‘-Umgebungen“, in: Arnulf Deppermann/Angelika Linke (Hg.): *Sprache Intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Berlin: De Gruyter, 2010, S. 419–445.
- Assmann, Aleida, „Archive im Wandel der Mediengeschichte.“, in: Knut Ebeling/Stephan Günzel (Hg.): *Archivologie. Theorien des Archivs in Wissenschaft, Medien und Künsten*, Berlin: Kulturverlag Kadmos, 2009, S. 165–175.
- Aumont, Jacques/Claire Pajackowska, *The Image*, London: British Film Inst., 1997.
- Bakhshi, Saeideh/D. Shamma/L. Kennedy/Yale Song/Paloma de Juan/J. Kaye, „Fast, Cheap, and Good. Why Animated GIFs Engage Us“, *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, San Jose, CA 2016, S. 575–586.
- Bal, Mieke, „Exhibition As Film“, in: Sharon Macdonald/Paul Basu (Hg.): *Exhibition Experiments*, Oxford: Blackwell Publishing, 2007, S. 71–93.
- Balázs, Béla, *Der Geist des Films*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2001.
- Ballinger, Jenna Kathryn, „Fandom and the Fourth Wall“, *Transformative Works and Cultures* 17, 2014.
- Barthes, Roland, „Rhetorik des Bildes (1964)“, in: Bernd Stiegler (Hg.): *Texte zur Theorie der Fotografie*, Ditzingen: Reclam, 2010, S. 78–94.
- Barthes, Roland, „The Third Meaning: Notes on Some of Eisenstein’s Stills“, *Artforum* 11/5, 1973.
- Baym, Nancy K., „The New Shape of Online Community. The Example of Swedish Independent Music Fandom“, *First Monday* 12/8, 2007, <https://firstmonday.org/article/view/1978/1853> [08.06.2020].
- Blair, Anthony J., „The Rhetoric of Visual Arguments“, in: Charles A. Hill/Marguerite Helmers (Hg.): *Defining Visual Rhetoric*, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2004.
- Bourdieu, Pierre, *Sociology in Question*, London: Sage Publications, 1993.
- Boxman-Shabtai, Lillian/Limor Shifman, „Evasive Targets. Deciphering Polysemy in Mediated Humor“, *Journal of Communication* 64/5, 10.2014, S. 977–998, <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ufh&AN=98716157&site=ehost-live> [26.11.2020].
- Brough, Melissa M./Sangita Shresthova, „Fandom Meets Activism: Rethinking Civic and Political Participation“, *Transformative Works and Cultures* 10, 15.06.2012, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/303> [05.04.2020].
- Brown, Katherine, „Everyday I’m Tumblin’. Performing Online Identity through Reaction GIFs“, Diss., Chicago: The School of the Art Institute of Chicago, 2012.

- Bülow, Lars/Michael Johann, „Politische Internet-Memes. Erschließung eines interdisziplinären Forschungsfeldes“, in: Lars Bülow/Michael Johann (Hg.): *Politische Internet-Memes. theoretische Herausforderungen und empirische Befunde*, Berlin: Frank & Timme, Verlag für wissenschaftliche Literatur 2019, S. 13–40.
- Bülow, Lars/Marie-Luis Merten/Michael Johann, „Internet-Memes als Zugang zu multimodalen Konstruktionen“, *Zeitschrift für angewandte Linguistik: ZfAL* 69, 2018, S. 1–32.
- Carter, Jonathan S., „Enchanting Memes. Memetic Politics in the Face of Technocratic Control“, Diss., Nebraska, US: The University of Nebraska – Lincoln, 2016, <http://search.proquest.com/docview/1891352440/abstract/6659DCFBB5334FA2PQ/1> [20.05.2021].
- Chandler, Robert Curry, „Meme World Syndrome. A Critical Discourse Analysis of the First World Problems and Third World Success Internet Memes“, Diss., Orlando, Florida: University of Central Florida, 2013.
- Chang, Yi/Lei Tang/Yoshiyuki Inagaki/Yan Liu, „What is Tumblr. A Statistical Overview and Comparison“, 30.07.2014, <https://doi.org/10.48550/arXiv.1403.5206> [10.08.2022].
- Costello, Victor/Barbara Moore, „Cultural Outlaws. An Examination of Audience Activity and Online Television Fandom“, *Television & New Media* 8/2, 2007, S. 124–143.
- Crigler, A.N./M.R. Just, „Measuring Affect, Emotion and Mood in Political Communication“, in: H.A. Semetko/M. Scammell (Hg.): *The SAGE Handbook of Political Communication*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc., 2012, S. 211–224.
- Dancygier, Barbara/Lieven Vandelanotte, „Internet Memes as Multimodal Constructions“, *Cognitive Linguistics*, 28/3, 28.08.2017, S. 565–598.
- Dawkins, Richard, *The Selfish Gene*, New York: Oxford University Press, 1989 [orig. 1976].
- Davison, Patrick, „The Language of Internet Memes“, in: Michael Mandiberg (Hg.): *The Social Media Reader*, New York: New York University Press, 2012, S. 120–134.
- DeCook, Julia R., „Memes and Symbolic Violence. #proudboys and the Use of Memes for Propaganda and the Construction of Collective Identity“, *Learning, Media and Technology* 43/4, 2018, S. 485–504, <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1544149> [26.11.2020].
- Douglas, Nick, „It’s Supposed to Look Like Shit. The Internet Ugly Aesthetic“, *Journal of Visual Culture* 13/3, 01.12.2014, S. 314–339, <https://doi.org/10.1177/1470412914544516> [01.01.2021].
- Duncan, H.D., *Communication and Social Order*, New York: Bedminster Press, 1962.
- Earl, Jennifer/Katrina Kimport, „Movement Societies and Digital Protest. Fan Activism and Other Nonpolitical Protest Online“, *Sociological Theory* 27/3, 01.09.2009, S. 220–243.
- Endreß, Franziska, „Bildbegriff und Methodologie“, in: Franziska Endreß (Hg.): *Bilder des Alterns und der Lebensalter im Bildraum Erwachsenenbildung. Eine vergleichende Analyse unter Berücksichtigung angrenzender Bildräume*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, S. 9–66.
- Eppink, Jason, „A Brief History of the GIF (So Far)“, *Journal of Visual Culture* 13/3, 2014, S. 298–306.

- Filmpuls, Redaktion, „Einstellungsgröße, Bildausschnitt, amerikanische Einstellung“, *Filmpuls*, 05.2022, <https://filmpuls.info/einstellungen-einstellungsgroesse-bildausschnitt/> [17.06.2022].
- Foss, Sonja K., „Framing the Study of Visual Rhetoric. Towards a Transformation of Rhetorical Theory“, in: Charles A. Hill/Marguerite Helmers (Hg.): *Defining Visual Rhetorics*, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2004, S. 303–313.
- Fuhs, Burkhard, „Narratives Bildverstehen. Plädoyer für die erzählende Dimension der Fotografie“, in: Winfried Marotzki/Horst Niesyto (Hg.): *Bildinterpretation und Bildverstehen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, S. 207–255.
- Galloy, Chloe, „Evaluating Fan Power. The Influence of Online Fandom on Film Production, Promotion and Distribution“, *Crackinfilms*, 2012, <https://crackinfilms.wordpress.com/evaluating-fan-power-the-influence-of-online-fandom-on-film-production-promotion-and-distribution/> [20.03.2021].
- Gooch, Betsy, „The Communication of Fan Culture: The Impact of New Media on Science Fiction and Fantasy Fandom“, Diss., Georgia Institute of Technology 2008, <https://smartech.gatech.edu/handle/1853/21818> [20.09.2021].
- Grădinaru, Camelia, „The Painting that Moves. The Internet Aesthetics and the Reception of GIFs“, *Hermeneia* 16, 2016, S. 81–91, <https://www.proquest.com/docview/1833036240/citation/A383849B29424F21PQ/1> [12.01.2023].
- Grünewald-Schukalla, Lorenz/Georg Fischer, *Originalität und Viralität von (Internet-) Memes*, Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, <http://www.kommunikation-gesellschaft.de/meme2018.html>, Jg. 19 (2018), Beitrag 1; Online-Publikation: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ss0ar-56040-8> (28.06.2018).
- Guerrero Pico, María del Mar, „Fringe, Audiences, and Fan Labor: Twitter Activism to Save a TV Show From Cancellation“, *International journal of communication* 11, 2017, S. 2071–2092.
- Hagman, Hampus, „The Digital Gesture. Rediscovering Cinematic Movement Through Gifs“, *Refractory. A Journal of Entertainment Media*, 2012, <http://refractory.unimelb.edu.au/2012/12/29/hagman/> [22.10.2020].
- Haider, Arwa, „How the GIF Won the Internet“, in: *BBC*, 2017, <https://www.bbc.com/culture/article/20170825-how-the-gif-won-the-internet> [21.02.2021].
- Hall, Stuart, „Encoding and Decoding in the Television Discourse“, in: David Morley/Stuart Hall (Hg.): *Essential Essays, Volume 1. Foundations of Cultural Studies*, Durham, London: Duke University Press, 2018, S. 257–276, <http://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9781478002413-014/html> [20.09.2021].
- Hautsch, Jessica, „Tumblr’s Supernatural Fandom and the Rhetorical Affordance of GIFs“, *Transformative Works and Cultures* 27, 15.06.2018, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1165> [20.11.2020].
- Hemminger, Elke, „Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital“, in: Reinhard Kreckel (Hg.): *Soziale Ungleichheiten*, Göttingen: Schwartz, 1983, S. 75–78.
- Henderson, Taylor, „„Shadowhunters“ Donates 25K to Trevor Project Ahead of 2.5-Hour Finale“, *Pride*, 2019, <https://www.pride.com/tv/2019/3/27/shadowhunters-donates-25k-trevor-project-ahead-25-hour-finale> [13.06.2020].

- Herman, L./B. Vervaeck, *Handbook of Narrative Analysis*, Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 2005.
- Hickey, Philip, „Gestures and GIFs. Examining the Relationship Between Multimodal GIF/Text Utterances and Speech/Gesture Utterance Systems“, Diss., Dublin: University of Dublin 2015, URL: /paper/Gestures-and-GIFs-%3A-Examining-the-relationship-GIF-Hickey/d9da3bfc1678a5d411c7721de0ca50b6e320f703 [26.11.2020].
- Huber, Linda, „Remix Culture & The Reaction Gif“, 2015, <https://puellaludens.com/2015/02/26/mrw-remix-culture-and-the-reaction-gif/> [20.12.2022], [orig. GNOVIS. Communication, Culture and Technology, 2015, <http://www.gnovisjournal.org/2015/02/25/remix-culture-the-reaction-gif/> [10.10.2020]].
- Hunt, Nathan, „The Importance of Trivia. Ownership, Exclusion and Authority in Science Fiction Fandom“, in: M. Jancovich/A.L. Reboli/J. Stringer/A. Willis (Hg.): *Defining Cult Movies. The Cultural Politics of Oppositional Taste*, Manchester: Manchester University Press, 2003, S. 185–200.
- Huntington, Heidi E., „Subversive Memes. Internet Memes as a Form of Visual Rhetoric“, *AoIR Selected Papers of Internet Research* 14, 2013, <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8886> [06.10.2020].
- Huntington, Heidi E., „The Affect and Effect of Internet Memes. Assessing Perceptions and Influence of Online User-Generated Political Discourse as Media“, Diss., Fort Collins, Colorado: Colorado State University, 2017.
- Isaac, Mike, „For Mobile Messaging, GIFs Prove to Be Worth at Least a Thousand Words - The New York Times“, *The New York Times*, 03.08.2015, <https://www.nytimes.com/2015/08/04/technology/gifs-go-beyond-emoji-to-express-thoughts-without-words.html> [20.11.2021].
- Jenkins, Eric S., „The Modes of Visual Rhetoric. Circulating Memes as Expressions“, *Quarterly Journal of Speech* 100/4, 2014, S. 442–466, <https://doi.org/10.1080/00335630.2014.989258> [26.11.2020].
- Jenkins, Henry, „Gender and Fan Culture (Round Seven, Part One): Kristina Busse and Cornell Sandvoss“, *Pop Junctions. Selections on Entertainment, Pop Culture, Activism, Media Literacy, Fandom and More*, 18.07.2007, http://henryjenkins.org/blog/2007/07/h3introduction_kristina_i_have.html [15.02.2021].
- Jenkins, Henry, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge, 1992.
- Jenkins, Henry, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, Updated 20th anniversary ed, New York: Routledge, 2013.
- Jiang, Jialun „Aaron“/Jed R. Brubaker/Casey Fiesler, „Understanding Diverse Interpretations of Animated GIFs“, *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, Denver, USA: Association for Computing Machinery 2017, S. 1726–1732.
- Johann, Michael/Lars Bülow, „Die Verbreitung von Internet-Memes: Empirische Befunde zur Diffusion von Bild-Sprache-Texten in den sozialen Medien“, *Kommunikation@gesellschaft. Journal für alte und neue Medien aus soziologischer, kulturanthropologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive* 19/2, 01.03.2018, <https://journals.sub.uni-hamburg.de/hup2/kommges/article/view/599> [27.01.2023].

- Jou, Brendan/Subhabrata Bhattacharya/Shih-Fu Chang, „Predicting Viewer Perceived Emotions in Animated GIFs“, *Proceedings of the 22nd ACM international conference on Multimedia.*, Association for Computing Machinery 2014, S. 213–216.
- Katz, Yuval/Limor Shifman, „Making Sense? The Structure and Meanings of Digital Memetic Nonsense“, *Information, Communication & Society* 20/6, 2017, S. 825–842, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1291702> [26.11.2020].
- Keira, „All the Things“, *Know Your Meme*, 2022, <https://knowyourmeme.com/memes/all-the-things> [20.01.2023].
- Knobel, Michele/Colin Lankshear, „Online Memes, Affinities, and Cultural Production“, in: Knobel Michele/Colin Lankshear (Hg.): *A New Literacies Sampler*, New York: Peter Lang, 2007, S. 199–227.
- Kuhn, Annette/Guy Westwell, „Pastiche“, in: Anette Kuhn/Guy Westwell (Hg.): *A Dictionary of Film Studies*, New York: Oxford University Press 2020, <https://www.oxfordreference.com/display/10.1093/acref/9780198832096.001.0001/acref-9780198832096-e-0517> [20.06.2021].
- Li, Yuncheng/Yale Song/Liangliang Cao/Joel Tetreault/Larry Goldberg/Alejandro Jaimes/Jiebo Luo, „TGIF. A New Dataset and Benchmark on Animated GIF Description“, *2016 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)*, Las Vegas, NV, USA, S. 4641–4650, <http://ieeexplore.ieee.org/document/7780871/> [20.08.2021].
- Literat, Ioana/Sarah Van den Berg, „Buy Memes Low, Sell Memes High. Vernacular Criticism and Collective Negotiations of Value on Reddit’s Meme Economy“, *Information, Communication & Society* 22/2, 28.01.2019, S. 232–249, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1366540> [01.01.2021].
- Lorenz, K., *On Aggression*, New York: Harcourt, 1963.
- Lynch, Owen H., „Humorous Communication. Finding a Place for Humor in Communication Research“, *Communication Theory* 12/4, 01.11.2002, S. 423–445, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00277.x> [02.01.2021].
- Maloney, Devon, „How Star Trek Fans Helped Change TV Forever“, *Vox*, 2017, <https://www.vox.com/culture/2017/9/29/16369692/star-trek-history-fan-campaign-original-series-discovery> [15.10.2021].
- Massumi, Brian, „Keywords of Affect“, in: Brian Massumi, *The Power at the End of the Economy*, Durham: Duke University Press, 2015, S. 103–112.
- Massumi, Brian, *Parables for the Virtual. Movement, Affect, Sensation*, Durham, London: Duke University Press, 2002.
- Mccarthy, Anna, „Visual Pleasure and GIFs“, in: Pepita Hesselberth/Maria Poulaki (Hg.): *Compact Cinematics. The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media*, London/NY: Bloomsbury, 2017, S. 113–122.
- McCudden, Michelle L., „Degrees of Fandom. Authenticity & Hierarchy in the Age of Media Convergence“, Diss., University of Kansas, 2011.
- McDow, Candis, „What Does Boy Bye’ in Beyoncé’s Song Mean?“, *New York Gal*, o.D., <https://nygal.com/what-does-boy-bye-in-beyonces-song-mean/> [16.08.2022].

- Mcgrath, Michael, „European Union (Open Data and Re-Use of Public Sector Information) Regulations 2021“, 2021, https://opac.oireachtas.ie/Data/Library3/Documents%20Laid/2021/pdf/DPERdocs/210721_210721_195429.pdf [20.03.2021].
- Mckay, Sally, „The Affect of Animated GIFs (Tom Moody, Petra Cortright, Lorna Mills)“, *Art F City*, 2018, <http://artfcity.com/2018/07/16/the-affect-of-animated-gifs-tom-moody-petra-cortright-lorna-mills/> [10.09.2021].
- Messiano, Marissa, „Shadowhunters: 10 Greatest Save Shadowhunters Movement Moments“, *Hidden Remote*, 26.02.2019, <https://hiddenremote.com/2019/02/26/10-greatest-save-shadowhunters-moments/7/> [10.03.2020].
- Meyer, John C., „Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication“, *Communication Theory* 10/3, 2000, S. 310–331.
- Milner, Ryan M., „Hacking the Social. Internet Memes, Identity Antagonism, and the Logic of Lulz“, *The Fibreculture Journal* 156/22, 2013, S. 62–92, <https://twentytwo.fibreculturejournal.org/> [20.10.2020].
- Milner, Ryan M., „Media Lingua Franca. Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes“, *AoIR Selected Papers of Internet Research* 14, 2013, <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8725> [26.11.2020].
- Milner, Ryan M., „Pop Polyvocality. Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement“, *International Journal of Communication* 7/34, 2013, S. 357–2390.
- Milner, Ryan M., „The World Made Meme. Discourse and Identity in Participatory Media“, Diss., Lawrence, KS: University of Kansas, 2012.
- Milner, Ryan M., *The World Made Meme. Public Conversations and Participatory Media*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2016.
- Miltner, Kate M./Tim Highfield, „Never Gonna GIF You Up. Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF“, *Social Media + Society* 3/3, 2017, S. 1–11.
- Murray, Joddy, *Non-Discursive Rhetoric. Image and Affect in Multimodal Composition*, Ithaca: State University of New York Press, 2009.
- Newman, Michael, „GIFs. The Attainable Text“, *Film Criticism* 40/1, 2016, S. 1–3.
- Nissenbaum, Asaf/Limor Shifman, „Internet Memes as Contested Cultural Capital. The Case of 4chan’s /b/ board“, *New Media & Society* 19/4, 2017, S. 483–501.
- o.N., „9GAG“, *Know Your Meme*, 2020, <https://knowyourmeme.com/memes/sites/9gag> [16.08.2022].
- o.N., „A Fandom’s Heartbeat. The Home of The #SaveShadowhunters Archive“, *A Fandom’s Heartbeat*, o.D., <https://savesshadowhuntersarchive.wordpress.com/> [13.06.2020].
- o.N., „Audiences and Media Producers. Who Holds the Power?“, *Virtual Cultures*, 01.05.2008, <http://civirtualcultures.blogspot.com/2008/04/how-has-development-of-new-media.html> [06.07.2020].
- o.N., „Bye Felicia“, *Know Your Meme*, 2021, <https://knowyourmeme.com/memes/bye-felicia> [16.08.2022].

- o.N., „It Was At This Moment He Knew... He Fucked Up“, *Know Your Meme*, 2022, <https://knowyourmeme.com/memes/it-was-at-this-moment-he-knew-he-fucked-up> [19.08.2022].
- o.N., „Open Format“, *TechTerms*, 2020, https://techterms.com/definition/open_format [10.05.2021].
- o.N., „The Beyoncé Dictionary. From ‚Becky‘ to ‚Boy Bye‘“, *Reader's Digest*, o.D., <https://www.readersdigest.co.uk/culture/music/the-beyonce-dictionary-from-becky-to-boy-bye> [20.12.2022].
- o.N., „The Powers That Be Definition and Meaning“, *Collins CoBuild Advanced Learner's Dictionary*, o.D., <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/the-powers-that-be> [20.12.2022].
- Ossa, Vanessa, „Metalepsen in der Partizipationskultur: Das Spiel mit den Grenzen der storyworld im Fandiskurs zum Marvel Cinematic Universe“, in: Andreas Veits/Wiebke Vorrath/Johannes C. P. Schmid (Hg.): *Praktiken medialer Transformationen*, Bielefeld: transcript Verlag, 2018, S. 151–172.
- Panofsky, Erwin, *Ikongraphie und Ikonologie: Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell*, Köln: DuMont, 2006.
- Panzironi, Michelle, „Animated GIFs And Fair Use: What Is And Isn't Legal, According To Copyright Law“, *Forbes*, 30.04.2016, <https://www.forbes.com/sites/propointgraphics/2016/04/30/animated-gifs-and-fair-use-what-is-and-isnt-legal-according-to-copyright-law/> [20.06.2020].
- Peebles, Dale/Jennifer Yen/Paul Weigle, „Geeks, Fandoms, and Social Engagement“, *Child and adolescent psychiatric clinics of North America* 27/2, 2017, S. 247–267.
- Plevriti, Vasiliki, „Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement“, Diss., UK: University of Warwick 2014.
- Rugnetta, M., „The GIFs Visual Language in Music Videos“, *PBS Ideas Channel*, 2014.
- Sarapik, Virve, „Picture, Text, and Imagetext: Textual Polylogy“, *Semiotica* 174–1/4, 2009, S. 277–308.
- SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS, P.: Ed Decter, *Freeform/Netflix*, USA, 2016–2018.
- Shao, G., „Understanding the Appeal of User-Generated Media. A Uses and Gratification Perspective“, *Internet Research* 19/1, 2009, S. 7–25.
- Shifman, Limor, „Internet Memes and the Twofold Articulation of Values“, in: William H. Dutton/Mark Graham (Hg.): *Society and the Internet. How Networks of Information and Communication are Changing our Lives*, Oxford: Oxford University Press, 2019, S. 43–57.
- Shifman, Limor, *Memes in Digital Culture*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2014.
- Soegito, Anthony, „Fans Vs. Critics. Challenging Critical Authority Through Memes“, *The Journal of Fandom Studies* 7/3, 2019, S. 279–301.

- Soroka, Vladimir/Sheizaf Rafaeli, „Invisible Participants. How Cultural Capital Relates to Lurking Behavior“, *Proceedings of the 15th International Conference on World Wide Web*, New York: Association for Computing Machinery 2016, S. 163–172, <http://doi.org/10.1145/1135777.1135806> [26.11.2020].
- Stadler, Felix, *Kultur der Digitalität*, Berlin: Suhrkamp, 2016.
- Stein, Louisa, „The Limits of Infinite Scroll. Gifsets and Fanmixes as Evolving Fan Traditions“, *Flow. A Critical Forum on Media and Culture*, 2016, <http://www.flowjournal.org/2016/01/the-limits-of-infinite-scroll-gifsets-and-fanmixes-as-evolving-fan-traditions/> [24.05.2022].
- Stein, Louisa Ellen, „Tumblr Fan Aesthetics“, in: Suzanne Scott/Melissa A. Click (Hg.): *The Routledge Companion to Media Fandom*, New York/London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018, S. 86–97.
- Stemmann, Anna, „Bild-Text-Dynamiken in Digitalen Kulturen“, in: Ute Detmar/Caroline Roeder/Ingrid Tomkowiak (Hg.): *Schnittstellen der Kinder- und Jugendmedienforschung. Aktuelle Positionen und Perspektiven*, Stuttgart: J.B. Metzler, 2019, S. 135–149.
- Stripek, Jan, „Camera Angles in American Beauty“, *Cinema Shock*, 2012, <https://cinemashock.org/2012/09/21/camera-angles-in-american-beauty/> [18.05.2021].
- Sullivan, John L., *Media Audiences. Effects, Users, Institutions, and Power*, Los Angeles: Sage Publications, 2013.
- Tannen, D., *Talking Voices. Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse*, Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.
- Tay, G., „Embracing LOLitics. Popular Culture, Online Political Humor, and Play“, Diss., University of Canterbury, 2012.
- Taylor-Smith, Ella/Colin F. Smith/Michael Smyth, „Democratic Participation through Crocheted Memes“, *ACM International Conference Proceeding Series*, 2018, S. 178–186.
- Tetzlaff, Stefan, „Memes und Frames: Zur Markiertheit als semiotischem Verfahren“, in: Andreas Veits/Wiebke Vorrath/Johannes C. P. Schmid (Hg.): *Praktiken medialer Transformationen*, Bielefeld: transcript Verlag, 2018, S. 173–190.
- Thomas, Kayley, „Revisioning the Smiling Villain. Imagetexts and Intertextual Expression in Representations of the Filmic Loki on Tumblr“, *Transformative Works and Cultures* 13, 2013, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/474> [20.10.2020].
- Tolins, Jackson/Patrawat Samermit, „GIFs as Embodied Enactments in Text-Mediated Conversation“, *Research on Language and Social Interaction* 49/2, 02.04.2016, S. 75–91.
- Turk, Tisha, „Fan Work. Labor, Worth, and Participation in Fandom’s Gift Economy“, *Transformative Works and Cultures* 15, 2014, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/518> [10.11.2022].
- Uhlin, Graig, „Playing in the Gif(t) Economy“, *Games and Culture* 9/6, 2014, S. 517–527, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1555412014549805> [26.11.2020].
- Voigts, Eckart, „Memes, GIFs, and Remix Culture: Compact Appropriation in Everyday Digital Life 1“, in: Dennis R. Cutchins/Katja Krebs/Eckart Voigts (Hg.): *The Routledge Companion to Adaptation*, London: Routledge, Taylor & Francis Group, 2018, S. 390–402.

- White, Ed, *How to Read Barthes' Image-Music-Text*, London: Pluto Press, 2012.
- Williams, Rebecca, „Good Neighbours? Fan/Producer Relationships and the Broadcasting Field“, *Continuum* 24/2, 2010, S. 279–289, <https://doi.org/10.1080/10304310903576366> [26.11.2020].
- Williams, Rebecca, „Tumblr's GIF Culture and the Infinite Image. Lone Fandom, Ruptures, and Working Through on a Microblogging Platform“, *Transformative Works and Cultures* 27, 2018, <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/1153> [20.10.2020].
- Winkler, Peter/Jens Seiffert-Brockmann, „Organizing from Disorder. Internet Memes as Subversive Style“, in: Timothy Kuhn/Consuelo Vásquez (Hg.): *Dis/Organization as Communication*, New York/London: Taylor & Francis, 2019, S. 220–244.
- Wulff, Hans Jürgen, „Pastiche“, *Lexikon der Filmbegriffe*, <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/p:pastiche-2615> [20.06.2021].
- Y.F., „Trumpet Boy“, *Know Your Meme*, 2021, <https://knowyourmeme.com/memes/trumpet-boy> [20.01.2023].
- Zach, „Confused Black Girl“, *Know Your Meme*, 2022, <https://knowyourmeme.com/memes/confused-black-girl> [16.08.2022].
- Zajdman, Anat, „Humorous Face-Threatening acts: Humor as Strategy“, *Journal of Pragmatics* 23/3, 1995, S. 325–339.

Abstract

Memes und GIFs sind mittlerweile für viele Menschen zum alltäglichen Wegbegleiter geworden. Ihre sozialen, partizipatorischen Eigenschaften machen sie zu einem, vor allem in Fan-Gemeinschaften, spannenden und oft-eingesetzten Medium. Fans verspüren oft eine tiefe Verbundenheit zu ihren Fan-Objekt und möchten es daher nicht tatenlos hinnehmen, wenn beispielsweise ihrer geliebten Serie die Absetzung droht. Aus diesem Grund werden immer öfter Fan-Kampagnen gestartet, die gegen eine solche Absetzung protestieren. Hierzu kam es auch 2018, nach Bekanntgabe der Absetzung der Serie SHADOWHUNTERS. THE MORTAL INSTRUMENTS. Ein vermehrter Einsatz von Memes und GIFs kann in den Beiträgen dieser Kampagne beobachtet werden. Dank ihres multimodalen, polysemischen Charakters eignen sich Memes und GIFs für eine Vielzahl von Funktions- und Einsatzweisen. Diese reichen von alltäglichem, humorvollem Gebrauch, hin zu ernsterer Kritik und strategischem Einsatz. Diese Arbeit fokussiert sich auf drei Funktionen: Memes und GIFs als Marker für Emotion und Affekt, wobei, unter anderem, durch den spezifischen Fokus auf Gesichtsexpressionen ermöglicht wird, den emotionalen Zustand der User*innen verkörperlicht darzustellen. Die zweite Funktion, die im Rahmen der Arbeit behandelt wird, ist die Markierung der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Fandom. Diese Funktion zeichnet sich, beispielsweise durch die Zurschaustellung kulturellen Kapitals in der Gemeinschaft aus. Die dritte Funktion ist jene der Bemächtigungsstrategie und/oder Grenzziehung. Dabei sind, unter anderem, Aspekte, wie Aneignung und die Art des eingesetzten Humors von Bedeutung. In der Auseinandersetzung und Analyse ausgewählter Beispiele und bestehender Literatur wird erläutert, wie sich Memes und GIFs aufbauen, und wie sich die Funktion(en) konkret in den medialen Artefakten darstellen. In der Analyse der Artefakte wird, gemäß dem Medium, als multimodale Konstruktion von meist Text und Bild, auch die textuelle Ebene, sowie die Relation von Text und Bild miteinbezogen.