

Bauformen audiovisueller Selbst-Diskurse.

Zur Kuratierung und Zirkulation von Amateurbildern in Film, Fernsehen und Online-Video

Boris Traue

1. Produktion und Zirkulation der Bilder

Die Entdeckung der Fotografie zu Beginn des 19. Jahrhunderts und der Möglichkeit ihres Abdrucks in den damaligen Massenmedien zu Beginn des 20. Jahrhunderts führte eine quantitativ gesteigerte und qualitativ pluralisierte Produktion und Verbreitung von Bildern herbei. Die Erfindung des kinematografischen Apparats und die Entstehung der Filmindustrie machte die Bewegtbilder zu einer Selbstverständlichkeit des modernen Lebens. Dieser Prozess der Erweiterung der Bildproduktion und -verbreitung hat sich im Laufe des 20. Jahrhunderts schrittweise fortgesetzt. Während diese Entwicklung im Detail bekannt ist, soll im Folgenden die Frage nach dem Amateurbild und der Organisation seiner Verbreitung im Mittelpunkt stehen: Wie ist die Auswahl („Kuratierung“) und Verbreitung („Zirkulation“) von Bewegtbildern, die außerhalb der künstlerischen und industriellen Produktion entstanden sind, aber sehr wohl durch die Geräteindustrie angeregt wurden, organisiert? Bevor diese Frage genauer formuliert werden kann, sollen einige wichtige Zäsuren der Geschichte audiovisueller Medien benannt werden:

Die Menge der alltäglich konsumierten Bilder ging mit einer Ausweitung der abgebildeten Sujets und Personen einher. Mit der Vermarktung der Kleinbildkamera waren Arbeiter und Angestellte schließlich in der Lage, diese Bilder selbst herzustellen – und sie für den meist privaten Gebrauch zu nutzen (vgl. Bourdieu/Boltanski, 1981). Mit der Entwicklung von Super-8 und später dem elektronischen Camcorder hatte sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts auch die kinematografische Technik aus dem filmindustriellen Zusammenhang gelöst. Durch das Aufkommen digitaler Videotechnik in den 1990er Jahren (digital camcorder) sowie mit der Nutzung von ‚Videohosting‘ und ‚Videosharing‘-Diensten (z.B. YouTube, Vimeo, MySpace, Yahoo Video) wird es immer mehr Akteuren möglich, audiovisuelle Artefakte aufzunehmen, zu speichern, zu bearbeiten und zu verbreiten. Durch die Verbilligung der Anschaffung, die Vereinfachung der

Handhabung und die Möglichkeit der Verbreitung ist also eine *Herabsetzung der Zugangsschwelle* und eine (relative) *Verallgemeinerung des Zugangs* zu diesen Techniken eingetreten. Die Bildproduktion in Form der Fotografie und des Videos gehört also seit beinahe einhundert Jahren zum Alltag. Allein der Zugang zu den Bildverbreitungsmedien war bis in die 1990er Jahre beschränkt: Druckerpresse, Fernsehanstalt und Film sind große technische und bürokratische Apparate, die sich durch hohen Investitionsbedarf und eine Verberuflichung ihrer Akteure, also eine soziale Schließung auf vielen Ebenen, auszeichnen. Diese Schließung wurde von künstlerischen und politischen Bewegungen des 20. Jahrhunderts wiederholt kritisiert. Diese Kritik war – etwa in der do-it-yourself-Bewegung – mit einer Aufwertung des Amateurs verbunden.

Das Aufkommen digitaler Bildmedien sowie die Mediatisierung des Alltags (Hepp, 2010; Krotz, 2007; Lundby, 2009) durch das Internet haben den Zugang zu Verbreitungsmedien erleichtert und verbreitert. Durch die Verallgemeinerung des Internets wurde es möglich, Digitalisate unterschiedlicher Form unterschiedslos zu verbreiten. Vermittelt durch eine internetgeprägte Text- und Bildproduktion kam es zu einer weiteren Aufwertung der Amateurproduktion, diesmal nicht primär durch die Kunst und durch soziale und politische Bewegungen, sondern durch ökonomische Akteure (Noam et al., 2008). Diese Aufwertung zeigt sich nicht zuletzt darin, dass in vielen kommerziellen Fernsehproduktionen heute die Ästhetik des Amateurvideos nachgeahmt wird (Dovey, 2000). Beide Bildwelten und Produktionsweisen treten also in einen Austausch, der sich primär dadurch auszeichnet, dass das Amateurbild – als Medienformat, d. h. als bestimmte ästhetisch-technisch-kulturelle Formatierung – in die Zirkulation von content eingebracht wird. Mit dem Aufkommen von ‚Videosharing‘-Diensten wie YouTube ist dieser Austausch zwischen Massenmedien und Individualmedien soweit eskaliert, dass in gewisser Weise eine Integration Beider eingetreten ist. Auch die alltägliche und kommerzielle Nutzung des Amateurbildes sind miteinander verflochten.

Im folgenden Beitrag soll die Zirkulation von Amateurvideos zwischen individualmedialen und massenmedialen Dispositiven anhand dreier exemplarischer Fälle untersucht werden. Dazu werde ich drei historisch aufeinanderfolgende *Bauformen* audiovisueller Diskurse vergleichen. Die drei gewählten Bauformen entsprechen drei typischen Stufen in der Zirkulation des Amateurbildes, die sich durch unterschiedliche soziale Figurationen und Formate auszeichnen. Methodisch greife ich auf zwei sich gegenseitig stützende Vorgehensweisen zurück: Erstens soll in einer Analyse der Arbeitsteilung jeweils gezeigt werden, wie die Positionen der Abgebildeten, der Abbildenden, derjenigen, die

diese Bilder auswählen und in Zirkulation bringen (sie „kuratieren“) und jener, die diese Zirkulation technisch und ökonomisch organisieren, verteilt sind. Diese institutionelle Analyseebene wird zweitens mit einer Untersuchung der Videos komplementiert.¹ Ich gehe dabei davon aus, dass sich eine bestimmte Produktionsordnung im (audio-)visuellen Code objektiviert (Waldenfels, 2002). Im Folgenden soll ein provisorischer Begriff des ‚audiovisuellen Diskurses‘ entwickelt werden, um diese Produktions- und Zirkulationsverhältnisse für soziologische Analysen zugänglich zu machen.

2. Audiovisuelle Diskurse?

In den Kultur- und Sozialwissenschaften wird Visualität im Zuge einer kritischen Revision des Sprach- und Textfokus qualitativer empirischer Zugänge zur Wirklichkeit. In der „visuellen Wissenssoziologie“ (Raab, 2008) wird der Fokus auf die Etablierung geteilten Wissens im Zuge visueller Praktiken und die Herausbildung von *Sehgemeinschaften* mit ihren partikularen und lokalen *Schnittmustern* gelegt. Ein anderer Zugang besteht in der Erweiterung ethnografischer Methoden, die als „Videointeraktionsanalyse“ bereits ausführlich begründet ist (Knoblauch et al., 2006). Sie ist primär darauf ausgerichtet, durch die ForscherInnen selbst produzierte Daten einer Interpretation zugänglich zu machen.

Auch in der diskursanalytischen Forschung werden Bilder und Bewegtbilder zunehmend zum Forschungsgegenstand gemacht. Dies wird durch den Umstand erleichtert, dass das Verhältnis des Sichtbaren zum Sagbaren schon bei Foucault nicht zugunsten der Sprache vorentschieden war. Eine Bild-Diskursanalyse wird von Foucault gefordert, wenn auch empirisch nur an wenigen Stellen eingelöst: „Der Diskurs ist also nicht die gemeinsame Interpretationsgrundlage aller Erscheinungen einer Kultur. Eine Form erscheinen zu lassen, ist keine indirekte (subtilere oder auch naivere) Art, etwas zu *sagen*. Nicht alles, was die Menschen tun, ist letztlich ein entschlüsselbares Rauschen. Diskurs und Figur haben jeweils ihre eigene Seinsweise; aber sie unterhalten komplexe, verschachtelte Beziehungen. Ihr wechselseitiges Funktionieren gilt es zu beschreiben“ (Foucault nach Maasen et al., 2001, S. 795). Ausgehend von dieser Offenheit für das Bild wurden erste Schritte zu einer *Bilddiskursanalyse bzw. einer Bild-Diskursanalyse* unternommen (vgl. Maasen et al. 2001). Diese Differenz ist für eine Dis-

1 Methodisch soll hier auch an Jo Reichertz und Carina Englert angeschlossen werden, die darauf hinweisen, dass sich bei der „Bildgestaltungshandlung“ oft kein personaler Akteur finde, „da z.B. im Falle eines Filmes der Regisseur in der Regel nicht für alle Kamerahandlungen zuständig ist“ (Reichertz & Englert, 2010, S. 17f).

kursanalyse des Visuellen konstitutiv: Die Bilder weisen selbst, vor allem in den Medien und Mechanismen ihrer Reproduktion und Zirkulation, eine Art diskursive Ordnung auf; außerdem treten die Bilder in ein Verhältnis zu (sprachlichen) Diskursen ein, die sie beschreiben, kommentieren, auf- und abwerten. In dieser Perspektive ist es entscheidend, Bilder eben nicht zu exotisieren (und damit den zuständigen Spezialwissenschaften zu überlassen), sondern sie als Teil von Praxisordnungen zu begreifen. Denn, so Tom Holert, „heute [kann] Kritik an visuellen Diskursen und an den Diskursen über Visualität nur geübt werden, wenn man Bilder auf ihren Gebrauch und ihre Wirkungen, kurz: auf ihre Beteiligung an Praktiken der Willens- und Wissensbildung untersucht“ (Holert, 2000, S. 18).² In einem Vorschlag zur Methodologie einer „Bild-Diskurs-Analyse“ gehen die genannten Autoren ebenfalls von macht- und von praxistheoretischen Prämissen aus: „Bilder bilden Realität nicht einfach ab, sondern beteiligen sich an der Konstruktion von gesellschaftlicher Realität; Bilder tauchen in bestimmten Macht-Wissens-Konstellationen (Dispositiven) auf, verteilen im intermedialen Zusammenspiel mit Texten oder architektonischen Formationen Sichtbarkeiten, erzeugen politische Relevanzen und ermöglichen die Verortung entsprechender Subjektpositionen“ (Maasen et al., 2006, S. 19). Diese Voraussetzungen sind für eine Untersuchung von Amateurvideos ebenfalls gültig, müssen allerdings erweitert werden:

Berücksichtigung finden müssen die „Prozeduren, mit denen die Diskurse ihre eigene Kontrolle selbst ausüben“, bei denen es darum geht „eine andere Dimension des Diskurses zu bändigen: die des Ereignisses und des Zufalls“ (Foucault, 1996). Wie also wird der Zufall und das Ereignishafte der audiovisuellen Aufzeichnung gebändigt, wer bekommt die Kontrolle darüber, wie viel und was und welcher „Ausschnitt“ der Wirklichkeit sichtbar gemacht wird? Darüber ‚entscheiden‘ nicht nur Akteure, obwohl diese im Rahmen einer *wissenssoziologischen* Diskursanalyse möglichst benannt werden sollten, sondern Diskurse als *Ordnungen der Sichtbarkeit*.

Außerdem: Neben Bild und Text ‚gibt‘ es im Video Ton. Diese einfache Tatsache ist keinesfalls trivial. Der Ton der Bewegtbilder ist eine vernachlässigte mediale Dimension der Sinnbildung, die in den sozial- und kulturwissenschaftlichen Ansätzen der Videoanalyse zu wenig Berücksichtigung findet. Der Ton ist zum einen oft die aufgezeichnete Rede. Die Sprache ist also ein Begleitumstand des Visuellen; das bedeutet, dass die Sprache sich nicht erst nachträglich an die Bilder anlagert oder mit ihnen in Wechselwirkung kommt. Zum anderen markiert der Ton Bedeutungsebenen im Bild und erschließt den Bildraum.

2 Holert ist einer der Pioniere der Entwicklung einer Bild-Diskurs-Analyse.

Der Fokus der folgenden Analysen liegt auf der Ordnung des audiovisuellen Diskurses, also auf der Verteilung von Sprecher- und Subjektpositionen und den sich daraus ergebenden Chancen zur Präsentation von Sicht- und Hörbarem gegenüber einem Publikum. Um diese Ordnung zu erschließen, müssen zunächst (hier noch provisorische) Begriffe für die medialen und technischen Besonderheiten der Produktion, Speicherung, Ausstrahlung und Rezeption der Videos gefunden werden. Diese Besonderheiten machen die *Bauform* eines audiovisuellen Diskurses aus.

3. Arbeitsteilung und Video-Diskurs

Die Praktiken der Video-Kommunikation und -produktion basieren auf einer technisch-medialen Registratur. Sicht- und Hörbares wird in audiovisuellen Artefakten ‚aufgezeichnet‘, ‚gespeichert‘ und ‚verbreitet‘. Es handelt sich bei der audiovisuellen Kommunikation also um eine ‚vermittelte‘ (Knoblauch, 1995) bzw. mediatisierte (Krotz, 2007) Kommunikation, bei der die Kommunizierenden zeitversetzt zwar nicht präsent, aber ‚präsentiert‘ sind. In den Artefakten sind weiterhin zwei Formen des Handelns ‚registriert‘: Ein Handeln vor der Kamera, das sichtbar ist und ein Handeln ‚hinter‘ der Kamera, das sich dem Betrachter zunächst als ‚Kamerahandeln‘ erschließt (Reichertz & Englert, 2010). Die Abstimmung des Handelns vor der Kamera und hinter der Kamera wird in der Regel einem gewissen Plan folgen, oder zumindest einem Arrangement von Räumen, Kamerastandpunkten und der Verteilung der dargestellten Dinge oder Personen innerhalb des durch materielle Räume und Oberflächen sowie den Kamerastandpunkten konstituierten Bildraums. Wenn das Bewegtbild aufgezeichnet wurde, fallen weitere Selektionen an, d. h. eine Auswahl von Sequenzen, möglicherweise eine Montage des Materials, und Entscheidungen über Verbreitung und Zugänglichkeit. Dabei gilt, was Erving Goffmann bereits als Merkmal der Selbstdarstellung unter Anwesenden charakterisierte; dass sie nämlich Teamarbeit ist: [...] We commonly find that the definition of the situation projected by a particular participant is an integral part of a projection that is fostered and sustained by the intimate co-operation of more than one participant“ (Goffmann, 1959, S. 77f.).

Soziale Beziehungen werden zwischen Produzierenden untereinander sowie zwischen Produzierenden und Publikum hergestellt. In der Produktion von Kinofilmen sind alle Produktionsschritte auf unterschiedliche Personen aufgeteilt. In anderen audiovisuellen Praktiken ist die Arbeitsteilung weniger stark ausgeprägt, teilweise aber auch nur weniger sichtbar. Die Gesamtheit der Praxis medien-gestützter auditiver und visueller Produktion und Wahrnehmung ist also mit

unterschiedlichen Handlungsformen verbunden, die meist arbeitsteilig vollzogen werden. Eine der zentralen Positionen ist die der Kuratierung.

Das im 17. Jahrhundert aus dem italienischen übernommene Prokura bedeutet ein Geschäft zu führen. Das Kuratorium ist hingegen ein Gremium, das den Betrieb einer Einrichtung überwacht. Kuratieren trägt also zunächst die überlieferte Bedeutung der wirtschaftlichen und rechtlichen Sorge um ein Geschäft oder eine wissenschaftliche oder staatliche Institution. Der Verantwortliche einer Sammlung oder einer ständigen Ausstellung eines Museums wird als Kurator bezeichnet. Kuratoren tragen Kunstgegenstände zusammen, um sie einem Publikum zu präsentieren – sie treten also zwischen Kunstproduzenten und Publikum. Die Tätigkeit des Kuratierens ist die Auswahl des Sehenswerten, Hörenswerten, Erfahrungswerten und ihre publikumswirksame Versammlung unter einer Adresse. Kuratoren und Kuratorinnen sind ‚Programmmacher‘; Sie sind zentraler Bestandteil der Programmindustrien (Stiegler, 2009). Der Begriff der Kuratierung wird hier beliehen, um zu beschreiben, wie etwas durch in-Umlauf-bringen in eine Beziehung zu einem Publikum gesetzt wird.

4. Das Amateurvideo und seine Zirkulation: drei Bauformen audiovisueller Diskurse

Im Mittelpunkt des ersten Teils stehen Amateurvideos aus dem deutschen Filmprojekt ‚Deutschland Privat‘, einer 1980 und wiederum 2007 im Kino ausgestrahlten Zusammenstellung von ‚found footage‘. Im zweiten Teil wird das britische Videoprojekt ‚Video Nation‘ untersucht, bei dem BBC-Zuschauer sich selbst seit den 1990er Jahren videografisch aufnehmen. Thema des dritten Teils sind Online-Videos.

4.1 Deutschland Privat: Dokumentarische Kuratierung

Der Kameramann und Regisseur Robert van Ackeren hat 1979 Anzeigen geschaltet, in denen er dazu aufrief, ihm private Super-8 Filme zur Verfügung zu stellen. Aus ca. 200 Stunden Filmmaterial entstand so „Deutschland Privat. Eine Anthologie des Volksfilms“, die 1980 erstmals in deutschen Kinos gezeigt wurde. Die 2007 gezeigte Fortsetzung „Deutschland Privat. Im Land der bunten Träume“³ zeigte neben den bereits in Teil 1 gezeigten Homevideos von Familienfeiern, Ausflügen und sonstigen Gelegenheiten auch pornografische Szenen.

3 Die kommentierte Szene stammt aus diesem zweiten Film.

Der Film beginnt mit einem kinotypischen Vorspann, in dem zunächst die Lettern „Ein Robert van Ackeren Film“ eingeblendet werden, daraufhin der Titel „Deutschland Privat“ – schwarz-rot-gold eingefärbt. Der auf die Titelsequenz folgende Teil wird vom Zwischentitel „Versuche und Verhütung. Der Testfilm/der Aufklärungsspot“ eingeleitet. Daraufhin wird ein Filmbild eingeblendet, in dem vor einem grüngelben Hintergrund, dessen faserartige Texturierung sich in einer Tiefenunschärfe verliert, ein ovales Objekt in einer totalen Einstellung zu sehen ist, das sich nach einem Schnitt und der darauffolgenden Plansequenz als Detailaufnahme einer Blechmaus entpuppt. In dieser Sequenz spielt eine grau-weiß gestreifte Katze mit langem Haar wiederum zunächst in totaler Einstellung mit der Blechmaus.⁴ Die Maus fährt durch das Bild, von einer unsichtbaren Hand, bzw. vor der Aufnahme aufgezo- gen. Dieses Bild wird begleitet von einem Off-Sprecher, der in eigentümlicher, „launiger“ Manier, die abgebildeten Gegenstände und den Protagonisten des Films „Kater“ kommentiert. Der Text aus dem Off ist so gesprochen, als ob es sich um einen mündlichen Kommentar zum im privaten Rahmen gezeigten Film handelt, teilweise von den dargestellten Personen, teils von den Personen hinter der Kamera. Dargestellt ist in dieser Eingangssequenz also nicht der Filmamateur selbst, sondern ein Objekt, dass er ausgewählt und in Szene gesetzt hat.

Abbildung 1: Still aus „Deutschland Privat“



4 Eine Feinanalyse des Ausschnitts wird hier nicht vorgenommen.

Das für den privaten oder semi-privaten Gebrauch (also etwa im freundschaftlichen Kreis oder in Filmclubs) gedrehte Material wird in ‚Deutschland Privat‘ durch die Auswahl der Filme, ihre Anordnung in thematische Segmente und den Begleitkommentar kuratorisch aufbereitet. Die abgebildeten Personen haben keinen offenkundigen Einfluss auf diesen Produktionsprozess. Die ‚lost footage‘ wird dem potentiellen Zuschauer einerseits als möglicher Gegenstand eines ethnologischen Interesses angeboten, andererseits überwiegt eine komische Rahmung der Amateurfilme.

Der Off-Text ist vom Regisseur des Films, dies versteht der Zuschauer, als laufender Begleitkommentar zum nicht-vertonten Super-8-Material konzipiert, und zwar durchgehend aus der ersten Person – teilweise aus der (fiktiven) Retrospektive („Hier sehen wir meine Eltern bei einem Liebesurlaub“).

‚Deutschland Privat‘ kann als exemplarisch gelten für eine Phase audiovisueller Kultur, in der die audiovisuellen Massenmedien Kino und Fernsehen zwar keine Monopolstellung in der Filmproduktion einnehmen, aber die Verbreitungswege dominieren. Es gibt wenig Austausch zwischen den Massenmedien Fernsehen und Kino einerseits und dem Amateurfilm andererseits. Zwei getrennte Zirkulationswege führen zu zwei Bilddiskursen, die hier nur dadurch in Kontakt geraten, dass der Kurator van Ackeren (er ist hier nicht im eigentlichen Sinn Regisseur) die Super-8 Filme der Amateure sammelt, auf andere Formate überträgt und mit einer Kommentarstimme versieht. Die kuratorische Anordnung und Rahmung des Amateurvideos ist hier von einem exotisierenden und patriarchalen Gestus gekennzeichnet: Die Super-8-Amateure werden ‚vorgeführt‘. Sie werden aber einem Publikum vorgeführt, das vermutlich zu einem gewissen Teil selbst Super-8-Kameras besaß und möglicherweise heute Video benutzt, um ‚Homevideos‘ zu drehen. Den Anspruch, „Deutschland“ zu porträtieren sucht van Ackeren dadurch einzulösen, dass eine Vielfalt an Altersgruppen, geografischen Bezügen (z. B. Amateurfilme aus der DDR) und Themen aneinandergesetzt werden, so dass sich eine Art Mosaik-Effekt einstellt, in dem man ein volkscundliches Insgesamt von ‚Deutschland‘ erkennen mag. Die Videoamateure werden als kreativ dargestellt, ihre Bemühungen allerdings immer wieder implizit oder explizit als dilettantisch charakterisiert; die Vorherrschaft des Experten bleibt bei ‚Deutschland Privat‘ gewahrt. Der Beitrag des ‚Deutschland Privat‘-Formats zur Genese der Gattungen des Internet-Videos besteht möglicherweise darin, das Zeigen privater Innenräume „wie sie sind“ als legitim zu etablieren. Die gezeigten Filme zeichnen sich außerdem in der Mehrzahl durch einen ‚halbimprovisierten‘ Stil aus, der sich im Internet-Amateurvideo durchsetzen wird. Auffällig ist hier weiter, dass die Filmamateure eher selten selbst in Erscheinung treten. Sie rücken anstelle ih-

rer selbst, vielmehr ihre technischen Fähigkeiten und die Leistungsfähigkeit ihrer Kamera in den Vordergrund, wie bei der hier gezeigten Aufnahme einer gestreiften Katze, die, glauben wir van Ackerens Sprecherstimme, unter anderem dazu dient, die Kontrastschärfe des Objektivs darzustellen.

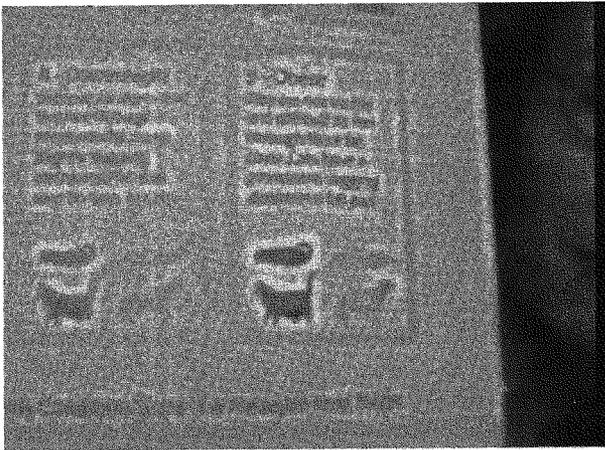
4.2 *Video Nation: Empowerment und Kuratierung*

„Video Nation“ ist ein Projekt, das 1993 durch die Community Program Unit der British Broadcasting Company (BBC) durchgeführt wurde. Eine Gruppe von 50 Personen wurde ausgewählt, im Gebrauch von Camcordern unterwiesen und dazu aufgefordert, Ansichten ihres Lebens über ein Jahr hinweg aufzuzeichnen. Das Produktionsteam gewann aus den Aufnahmen Material für verschiedene Sendungen, die im Vorabendprogramm gesendet wurden. Im Jahr 2000 wurde das Programm beendet; aus dem existierenden Archiv wurde eine Webseite aufgebaut, für die mehrere hundert Personen Material beisteuerten (Matthews, 2007). Auf der Webseite ist neben aktuellen Videobeiträgen ein Videoarchiv zugänglich, in dem die Videos in folgende Themengruppen geordnet sind: Age, Anger, Animals, Arts, Belief, Birth, Body, Celebrations, Childhood, Community, Countryside, Crime, Death, Disability, Excitement, Fears, Food, Gardening, Happiness, Holidays, Home, Humour, Identity, Leisure, Media, Memories, Money, Music, Nature, Parenting, Pets, Relationships, Sadness, School, Seasons, Sport, Students, Teens, Transport, Values, Work. Das „Video Nation“-Projekt wurde 2011 von der BBC beendet. Die Webseite ist nach wie vor als Archiv verfügbar. Nun zur Beschreibung eines beispielhaften Videos, das ausgewählt wurde nicht zuletzt, weil es wie das vorhergehende im häuslichen Rahmen spielt und ebenfalls eine Katze im Mittelpunkt steht:

In der ersten Einstellung ist eine geklinkerte Wand mit Fenstern und Türen und einer Überdachung mit daran hängenden Blumenampeln zu sehen – es scheint sich um ein Haus zu handeln, das der Betrachter im angelsächsischen Kontext leicht als „working class“ erkennen kann. Das ganze Bild zittert leicht, was darauf hinweist, dass es mit einer Handkamera aufgenommen wurde. Es handelt sich um einen konventionellen „establishing shot“. Dazu ist eine Stimme zu hören, die in einem Innenraum zu sprechen scheint, also dem Bild nachträglich hinzugefügt wurde. Als nächste Einstellung ist ein Standbild einer Katze zu sehen. Die Stimme spricht über weitere Dinge („scale“ – Waage) und Personen („she“), die zunächst nicht zu sehen sind. Die Katze, nun auf einem weiteren Standbild zu sehen, wird mit ihrem Gewicht vorgestellt: 11,4 Kilogramm. Dann wird zur Sprecherin selbst geschnitten. Nach dem nächsten Schnitt ist die Sprecherin zu sehen, wie sie fortfährt zu sprechen. Sie ist vom oberen Teil der Schultern auf-

wärts zu sehen und vom umgebenden Zimmer eingerahmt, wodurch ihr Kopf im Bild eigentümlich klein wirkt. Die Wahl der Einstellung, der intensive Grünstich des Bildes und die verwirrende Linienführung legen nahe, dass es sich um die Aufnahme einer unerfahrenen Kameraperson handelt – möglicherweise die abgebildete Frau selbst – denn die Kamera steht in dieser Einstellung, so ist zu vermuten, auf einem Stativ. Auf der Ebene des Gesprochenen wird eine Problemdefinition artikuliert: Nach dem Wiegen der Katze durch eine Ärztin (die in einer späteren Einstellung gezeigt wird) ist klar: „We have a problem“. Die Katze ist zu dick. Die Katze hätte Magenprobleme, keuche schon beim Aufstehen, könne nicht allein aufs Bett springen. Bei einer Broschüre, die ins Bild gehalten wird, handelt es sich offenbar um eine Präventionsbroschüre für Katzengesundheit.

Abbildung 2: Still aus „Video Nation“



Die Protagonistin zeigt, wie dick die Katze war, wie dick sie jetzt ist und wie sie werden soll. Zwischendurch wird noch ein Board mit einer großen Anzahl Porzellankatzen gezeigt, die, so muss man schließen, zur Inneneinrichtung der Protagonistin gehören. In beinahe allen Videos der ‚Video Nation‘-Serie wird der Wohnungseinrichtung der Protagonisten (Sende-)Zeit eingeräumt. Dies ist nicht zuletzt auf die Schulung der Amateure durch die BBC zurückzuführen, in der die Darstellung des eigenen Wohnumfeldes und der ‚community‘ einen großen Stellenwert hat. In einem Rückschnitt auf den *talking head* der Protagonistin er-

fahren wir, dass das Tier jetzt abgenommen habe. In einer letzten Einstellung sehen wir die Katze, wie sie jetzt aussieht. Sie steckt ihren Kopf in eine geöffnete Futterdose und wird von der Stimme der Protagonistin ermahnt: „Shouldn't have his head in a tin, should you? Mischief, No! Come on, fat boy!“

Nachdem der Erfolg der Katzendiät demonstriert wurde, wird die Katze beim ‚Naschen‘ gezeigt. Hier deutet sich eine Komplizenschaft der Frau mit der Fresslust ihrer Katze an. Die letzte verbale Äußerung, die erst während des Abspanns zu hören ist („Come on, fat boy!“), bestätigt diesen Eindruck. Dieses Ende zeichnet sich somit durch komischen Charakter aus, der die pädagogische Ernsthaftigkeit wieder abmildert. Das Video weist eine einfache narrative Dramaturgie auf, die durch zahlreiche Video-Inserts (Still-Leben/Standbilder der Katze, Szene bei der Tierärztin, Halsband) mehr illustriert als filmisch inszeniert wird: Problemdefinition, Intervention, Problemlösung, komische Coda.

Insgesamt weist das Video viele gattungstypische Elemente des Dokumentarfilmformats auf, talking heads, illustrierende Bilder und voice-over, weicht aber andererseits davon ab: Die einzelnen Sequenzen sind sehr kurz, die Geschichte ist nicht komplex und multiperspektivisch, sondern linear erzählt. Das Video trägt auch Züge eines Lehrfilms: Nicht nur, dass diagnostische Prozeduren und pädagogische Materialien unmittelbar zur Ansicht kommen – die narrative Struktur: Problemdefinition, Lösungswege, und Bewältigung der Problemlage folgen dem Schema des Lehrfilms (Reichert, 2008). Es handelt sich hier um ein thematisches und ästhetisches Ensemble, an dessen Konzipierung und Redaktion unterschiedliche Akteure – Experten und Amateure – beteiligt waren. Die Präsentation der Katze, so scheint es, überlässt die Protagonistin den problematisierenden Experten; der Schnitt ist vermutlich durch professionelle Cutter durchgeführt worden, während die talking-head-Aufnahme durch die Amateurin selbst vorgenommen wurde. Im Unterschied etwa zum Beispiel ‚Deutschland Privat‘ hat die Amateurin hier offenbar weitgehend die Kontrolle über die thematische und ästhetische Ordnung des Videos, wobei aber auch Nachbearbeitungen stattgefunden haben.

Die Amateurin tritt in ‚Video Nation‘ als Produzentin (hinter der Kamera) und Protagonistin (vor der Kamera) in Erscheinung. Das narrative Schema der erbaulichen Lehrgeschichte tritt in den ‚Video Nation‘-Videos sehr häufig auf. Hier zeigt sich der bestimmende Einfluss der institutionellen Rahmung des Gesamtprojekts. In den ‚Video Nation‘-Clips erhalten Videoamateure erstmals die Gelegenheit, sich und ihre Sichtweise der Dinge relativ selbstbestimmt einem Fernsehpublikum zu präsentieren.

Dabei wird allerdings auch ein audiovisuelles Regime etabliert, das darauf abzielt, das Wohlfahrtspotential einer Bevölkerung sichtbar zu machen. Im Pa-

norama des ‚Video Nation‘-Programms zeigen sich die Konturen einer post-traditionalen sozialen Ordnung, in der die Einzelnen in der Lage sind, sich mit den verfügbaren pädagogischen und kommunalen Ressourcen selbst zu helfen.

Die ‚Video Nation‘-Clips können als Vorläufer des Video-Blogs gelten. Anhand der Clips lassen sich einige der Gattungsmerkmale ablesen, die für verschiedene Typen von Internetvideos charakteristisch sind. Das ‚Selbst‘, das hier dargestellt wird, ist ein Dargestelltes und Darstellendes, ein sich selbst Abbildendes. Dieses auto-visuelle Selbst ist zudem ein lernfähiges, ein ‚beratenes Selbst‘, das sich als fähig und bereit zeigt, Expertenrat anzunehmen und die notwendigen Schlussfolgerungen daraus zu ziehen. Zugleich wird in der Schlusssequenz eine Art heimliche Gegenwehr deutlich: Denn hier tritt ein Begehren in Erscheinung, das sich dem Gesundheitsdiskurs zu entziehen scheint: Die Katze möge aus der Dose essen, dick bleiben und weiterhin der ‚fat boy‘ der auffällig mageren Protagonistin bleiben. An dieser Konstellation von Hauptnarration und Ende zeigt sich eine grundlegende Vielstimmigkeit des Videos, die sich durch Konvergenzen und Divergenzen von Narration, Bild und Sound anzeigt.

4.3 YouTube: Mikro-Kuratierung und Selbst-Kuratierung

Mitte der 1990er Jahre entstanden die ersten ‚online Video hosting‘ und ‚online Video sharing‘-Dienste – sie sollten dem Amateurvideo eine bislang ungebrochene Konjunktur sichern. Hosting bezeichnet die zentrale Speicherung von komprimierten Videodateien und die Zugänglichmachung dieser Daten für ein Publikum, das diese Videodateien üblicherweise ohne Bezahlung auf einem PC oder (heute) einem mobilen Gerät abspielen kann. Videosharing meint dann das Teilen von Videos zwischen Nutzern, was nicht unbedingt zentrales Hosting voraussetzt. In den 1990er Jahren entstanden peer-to-peer-Techniken, bei denen Daten verschiedener Art direkt zwischen Nutzern ausgetauscht werden. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Protokolle entwickelt, die sich aber gegenüber den Mitte der 1990er Jahre entstandenen Video hosting-Plattformen nicht durchsetzen konnten.

Das Videohosting-Modell wurde zu einem günstigen Augenblick etabliert: YouTube und andere Hosting-Dienste entstanden, als die benötigte Bandbreite verfügbar und für breite Nutzergruppen erschwinglich wurde. Online Videohosting hat mit der Verbreitung von Breitbandinternet einen Aufschwung erlebt. Außerdem wurde ein Finanzierungsmodell für die Kosten der Massenspeicherung und des ‚Vertriebs‘ über Datenleitungen gefunden: online Advertising, also Werbefinanzierung, und die Nutzung von Benutzerdaten.

Während diese beiden technisch-institutionellen Entwicklungen für Dienste wie YouTube nur die Möglichkeit eröffnet haben, ein Geschäftsmodell zu

verwirklichen,⁵ wurde ein technisches Problem gelöst, nämlich das sogenannte ‚transcoding‘, also die Umwandlung unterschiedlicher Videoformate in ein einheitliches, stark komprimiertes Videoformat, das über das Netz mit vergleichsweise geringer Datenrate übermittelt und zudem von den meisten Webbrowsern entschlüsselt werden konnte.

Mit online Videohosting hat sich das Verhältnis zwischen Verbreitungsmedium, Video und Publikum grundlegend verändert. Online Videohosting Dienste stellen die Infrastruktur für die Speicherung und den Abruf von Videos bereit, außerdem ein grafisches Interface für die Rahmung der Inhalte, d. h. zur Darstellung von sogenannten Metadaten. Dieses Interface dient einerseits dazu, die Datenbanken mit gespeicherten Videos durchsuchbar zu machen und andererseits dazu, die einzelnen Videos mit Metadaten (Name des Hochladenden, Datum, Titel, Tags, etc.) zu versehen und diese Metadaten beim Aufrufen des Videos abzubilden. An die Stelle der zeitlichen Programmstruktur des Kinos und des Fernsehens tritt eine räumliche Darstellung der abrufbaren Inhalte.

Im dritten exemplarischen Video, das 2010 auf der Videohosting-Seite YouTube eingestellt wurde, ist ein etwa 20-jähriger Mann in naher Einstellung zu sehen. Er trägt eine Sonnenbrille, seine schwarzen Haare sind in einer Gelfrisur nach oben gekämmt. Ein feiner schwarzer Pullover ist unter einem blauen Hemdkragen zu sehen. Das Video trägt den Titel „GOOD HAIR DAY!! Ghd Review :)“. Das Video verspricht also ein „review“, die online Bezeichnung für eine Warenrezension. Eine zweite Beschriftung des Videos lautet „HerrTutorial“. Diese Angabe ist nicht weiter beschrieben; es wird davon ausgegangen, dass bekannt ist, dass jedes Video von einem bei YouTube angemeldeten Nutzer veröffentlicht, bzw. ‚hochgeladen‘ wurde, und dass klar ist, dass eine Person – oder ein Kollektiv? – mit dem Kunstnamen HerrTutorial dieses Video hergestellt hat. Im Bildhintergrund ist ein Zimmer zu sehen, an dessen hinterer Wand eine Schreibtischgarnitur im Design von Jugendzimmern der 1990er Jahre steht. Auf der linken Bildseite ist eine (Schrank-)Wand aus demselben Holzfurnier zu sehen. Insgesamt ist die Eingangseinstellung als „Blogger-Zimmer“ zu erkennen, also als typische visuelle Rahmung von Video-Amateurproduzenten, die sich selbst in den Mittelpunkt ihrer Produktion stellen. Der Bloggerhintergrund ist ein typisches Stilmittel, ein *Emblem* des Amateurs.

5 „There was no business model to support video sharing back then like there is today, meaning there is no online advertising business. And there was serious bandwidth problems. And now both of those constraints have been removed right?“ so Chase Norlin, dem Gründer des ersten online sharingportals shareyourworld (http://www.dailymotion.com/video/xh2g4h_chase-norlin-reminisces-about-shareyourworld-com_tech) [Datum des Zugriffs: 12.2.2012]

HerrTutorial fängt unmittelbar zu Beginn des Clips an, laut zu sprechen und blickt dabei direkt in die Kamera: „Oh mein Gott, ich kann's nicht glauben! Leute, die Sonne scheint wieder, es wird endlich mal wieder g'scheites Wetter und endlich ka' ma' wieder Sonnenbrille anziehen!“ Dieser unvermittelte Einstieg richtet sich, das versteht der Zuschauer, an ein Publikum, das bereits weiß, wer da spricht, und dass HerrTutorial für sich einen Status beansprucht, der keine weitere Einführung erfordert. Zum Einstieg wird das allgemeinste aller Themen gewählt: das Wetter. Die Sonnenbrille verbindet das Wetter mit seinem Erscheinungsbild auf dem Bildschirm des Zuschauers. Die Zentralität seines Torsos im Bild wird durch die sprachliche Selbstadressierung verdoppelt. Er ist zu sehen, er spricht über das Wetter und seine Sonnenbrille. Seine ganze Rede ist von einer rhythmischen Akzentuierung durch Schultern und Oberkörper begleitet, die in eine Jubelgeste übergeht.

Abbildung 3: Still aus “Good Hair Day!! Ghd Review :)” (Youtube)



Dann folgt ein typischer Blogger-Schnitt, also ein Schnitt in dieselbe Einstellung. Nach dem Schnitt ist HerrTutorial ohne Brille zu sehen. Diese verschwindet durch eine Art Stopptrick von seiner Nase, indem er den Arm auffordernd zur Kamera

hin ausstreckt. Diese von ihm erzeugte visuelle Attraktion⁶ leitet die verbal vorgebrachte Aufforderung ein, das Video mit „fünf Sternen“ zu bewerten. Diese Eigenwerbung wird durch die nächste starke Geste ironisiert: Die emblematischen zwei hochgehaltenen Daumen in Verbindung mit der Imitation eines wiederum emblematischen Kassengeräuschs („Katsching“). HerrTutorial macht deutlich, dass ihm bewusst ist, dass es hier um seinen eigenen Nutzen geht; er gesteht gewissermaßen augenzwinkernd mit dieser hyperbolischen Geste ein.

HerrTutorial weist darauf hin, dass, bevor er mit dem „folgende[n] Video“ anfängt, noch etwas passieren soll. Diese Äußerung zeigt an, dass das Gesehene noch nicht das eigentliche Video darstellt, sondern eine Art Einleitung, einen Prolog oder eine Art ‚Anmoderation‘. Er moderiert sein eigenes Video – nachdem es bereits durch die textuellen Elemente der grafischen Oberfläche angekündigt wurde.⁷ Er zögert das angekündigte Video, bei dem es sich um einen Warentest handelt („review“), hinaus, indem er mitteilt, dass er auf Zuschauerwünsche („aufgrund von eurer Anfrage“) reagiere, wenn er eine Katze zeigt („Ihr wolltet sie mal wieder sehen im Video“). Damit wird der Produktionsprozess thematisiert und zugleich eine Beziehung zu seinem Publikum hergestellt. Die als Topsy vorgestellte Katze wird nun aus dem Off in die Einstellung gehoben. Der diese Aktion begleitende Monolog verweist wiederum auf Zuschauer, die Topsy schon öfter gesehen haben. Damit wird verbal und zeigend ein Publikum konstruiert, das an HerrTutorials Beiträgen seit längerer Zeit Anteil nimmt. Das Animieren der Katze kann wie das ‚Zeigen‘ der Katze als Comedy-Element verstanden werden, etwa als Imitation eines Bauchredners, der die Katze sprechen lässt. Nach der Katzen-Episode geht HerrTutorial dazu über, sein Publikum explizit zu animieren, Reaktionen auf eine von ihm gestellte Video-Frage an ihn zu schicken. Die Katzendarstellung steht hier anders als bei ‚Deutschland Privat‘ und ‚Video Nation‘ nicht thematisch im Vordergrund. Die Katze wird hier ins Bild geholt als Dramatisierung der Beziehung zwischen dem Darsteller und seinem Publikum.

Die beschriebene halbe Minute des insgesamt 8-minütigen Clips soll genügen, im Vergleich zu den anderen Clips (‚Deutschland Privat‘ und ‚Video Nation‘) wesentliche Merkmale des Online-Amateurclips darzustellen. Anhand der knappen Beschreibung des Ausschnitts fallen, noch ohne zu vergleichen, einige

6 Die Verwendung solcher Stilmittel weist auf die Nähe vieler Amateurvideos zum frühen ‚cinema of attraction‘ (Gunning, 1986) hin. Ramón Reichert weist darauf hin, dass in YouTube-Amateurvideos frühe Filmtechniken zur Anwendung kommen, wie etwa das Zeigen von Objekten durch An-die-Linse-führen.

7 Diese Vorstellung der eigenen Produktion, oft verbunden mit einer Einordnung des Gezeigten in bisher selbst oder von anderen produzierten Videos ist typisch für viele Online-Amateurvideos.

Besonderheiten auf: Der Protagonist bedient sich mit dem direkten Blick in die Kamera und der launigen Ansprache des Publikums der Ästhetik des Fernsehens, für das verschiedene Formate des Hostings charakteristisch sind. Sendungen werden von Moderatoren und Show-Hosts begleitet und strukturiert. Diese Hosts sprechen meist vor einem – zum Zeitpunkt der Aufzeichnung der Sendung (oder zum Zeitpunkt des Sendens) – ‚Live-Publikum‘, wenden sich mit dem Gesicht allerdings vor allem dem Fernsehpublikum zu. Im Unterschied zum Fernsehsender, der ein Publikum voraussetzt und direkte Ansprachen meist nur in der Moderation des Programms zulässt, spricht HerrTutorial sein Publikum während der gesamten Aufnahme an. Teil dieser Ansprache sind auch Aufforderungen zur Mitwirkung und Kommentierung der Sendung, die beim Fernsehen nur als extrem asynchrone Zuschauerpost oder nach 1969 (Lichttest-Verfahren) bzw. 1979 (TED) zwar zeitlich dynamischer, aber dafür nur quantitativ möglich war. Diese Partizipationsmöglichkeiten stehen bekanntlich im Mittelpunkt des Netzdiskurses seit 2000 („Web 2.0“, „Social Media“). Die technisch ermöglichten Mitwirkungsoptionen (Kommentare, Antwortvideos) des Publikums werden von HerrTutorial genutzt, um sein Programm (bzw. seinen „Kanal“ bei YouTube) aus der Menge selbst produzierter Videos hervorzuheben. Die ins Bild geholten Dinge und Tiere dienen der Symbolisierung der Beziehung zwischen dem Darsteller und seinem Publikum; sie sind weniger Vehikel einer Identitätspolitik, die im Beispiel der Katzenthematisierung im ‚Video Nation‘-Beispiel zum Tragen kommt.

HerrTutorial ist sein eigener Kurator, er übernimmt die Rolle der Moderation der ‚Sendung‘, indem er sich selbst („mein Video“) ankündigt, er steuert selbst Sehenswürdigkeiten und Gäste bei. Auch die Aufgabe der Werbung für seine Sendung übernimmt HerrTutorial, wenn er sein Publikum auffordert, seinen „channel“ zu abonnieren und (positiv) zu bewerten. Es gibt keinen Sprecher aus dem Off oder Out – alle produktionsrelevanten Rollen werden von ihm selbst übernommen. YouTube ist nur im Hintergrund tätig, als Anbieter der Infrastruktur der *Selbstkuratierung*. Diese Infrastruktur hat allerdings Auswirkungen für die Gattung: Die ‚Rahmung‘ der Darstellung, also die Einführung des Themas, des Anlasses und der Hauptpersonen wird nicht von einer Programmzeitschrift erledigt, sondern muss vom Betreiber des Channels mit Hilfe der grafischen Möglichkeiten der Benutzeroberfläche und der Möglichkeiten der Selbstdarstellung im Video geleistet werden.

5. Fazit: Selbstkuratierung und ‚Soziale Medien‘

Drei Formate der Selbstthematizierung im Amateurfilm bzw. Amateurvideo wurden innerdiegetisch, d. h. anhand ihrer Bildhandlung, sowie in ihrer Einbettung in Produktions- und Distributionssysteme untersucht. Mit der Verbindung dieser zwei Analyseebenen war die Ausgangsannahme verbunden, dass sich eine bestimmte Produktionsordnung auch in der (audio-)visuellen Gestalt objektiviert. Diese Vermutung hat sich bestätigt. Das Verhältnis von Erzähler und Erzähltem, die Kadrage (Einstellungsgrößen) und Montage, sowie die Struktur der Bildnarration korrespondiert mit den jeweiligen Konstellationen von Produktion und Distribution. Da es sich bei den hier gewählten Beispielen nicht um ein zufälliges In-Distribution-geraten von Amateur-footage handelt⁸, sondern um eine planmäßige Einrichtung der Distribution (in allen drei Beispielen) und der Produktion (in den letzten beiden Beispielen), ist es sinnvoll, von *Bauformen* audiovisueller Diskurse zu sprechen. Alternativ könnte auch der Begriff des *Dispositivs* verwendet werden, mit dem das Zusammenwirken der technischen Einrichtungen, räumlichen und sozialräumlichen Voraussetzungen sowie der notwendigen Wissensbestände betont wird, um die Voraussetzungen einer spezifischen Produktionsordnung als notwendige Bedingungen ihres Ergebnisses zu rekonstruieren. Bei den Analysen stand allerdings die Frage im Vordergrund, inwiefern einer bestimmten Akteursposition, nämlich die der Kuratierung, in unterschiedlichen Einrichtung einer Zirkulation von Amateurvideos zwischen individualmedialen und massenmedialen Kontexten eine Schlüsselposition zukommt. Die technisch-institutionellen Voraussetzungen sind für diese Akteursposition gegeben: Kino, Fernsehen und das Internet finden die Kuratorinnen und Kuratoren bereits vor; sie ‚bauen‘ die Formate und entwerfen Zirkulationsmöglichkeiten und mögliche Publika für die Artefakte (Filme, Video). Der audiovisuelle Diskurs mit seiner Verteilung von Sprecher- und Subjektpositionen und den sich daraus ergebenden Zugangschancen zu einem Publikum konnte dadurch als Ergebnis einer Ko-Konstruktion der Bauformen durch Kuratorinnen in Wechselwirkung mit den technischen Voraussetzungen sowie mit den (Selbst-)Darstellungsmöglichkeiten von Amateuren beschrieben werden. Dabei wurde deutlich, dass die Verteilung von Akteurspositionen (bzw. traditioneller: Rollen), insbesondere die Wahrnehmung von Positionen in ‚Personalunion‘ entscheidende Bedeutung für die Zirkulation der Bilder als auch für die Sichtbarkeiten in den ‚social media‘ hat. Die Sozial- und Mediengeschichte des

8 Dies ist etwa bei einer Verwendung von Amateurfotos als Pressefotos der Fall, oder bei der Verwendung eines privat aufgenommenen Videos im Fernsehen. Amateurbilder bzw. -videos werden in diesen Fällen in Ermangelung professionell aufgenommenen Materials verwendet.

Amateurvideos – soviel sollte deutlich geworden sein – hat in den letzten Jahren eine erstaunliche Wendung genommen: Die differenzierten Arbeitsteilungen des Films und Fernsehens bleiben bestehen, während das Amateurvideo mit Video-sharing Zugang zu einer quasi-massenmedialen Verbreitung gefunden hat und dabei – im Prozeß der Videoproduktion – auf Grundlage einer äußerst primitiven Arbeitsteilung operiert: alle Aufgaben werden von einer Person, oder zumindest einer sehr kleinen Gruppen von Personen übernommen. Videoamateure im Netz sind charakteristischerweise Regisseur/-in, Kameramann/-frau, Setdesigner/-in, Beleuchter/-in, Requisiteur/-in, Darsteller/-in etc. in einer Person. Sie moderieren ihre eigenen Sendungen, sind aber auch Objekte des Blicks des Publikums. Sie sind Darsteller und Produzenten zugleich. Sie führen sie souverän durch Sendungen, wissen aber auch Zufällen und Störungen umzugehen, entweder durch Montage oder Improvisation. Zugleich sind sie an komplexe Distributionsapparate der ‚social media‘ angeschlossen („youtube“, „Vimeo“, „Dailymotion“ etc.), die selbst umfangreiche Steuerungs- und Kuratierungsfunktionen wahrnehmen, die aber weitgehend im Dunkeln bleiben.⁹ Sie sind damit an drei Typen des Kuratierens beteiligt:

1. *Mikro-Kuratierung*: Amateure sammeln eigene Videos, *found footage* und Schnipsel massenmedialer Produktionen und präsentieren sie einer Öffentlichkeit. Diese Mikro-Kuratierung fand zunächst nur themenbezogen statt, d. h. die ‚uploader‘ konnten selbst gedrehtes oder gefundenes Videomaterial mit Metadaten versehen (Titel des Videos, Kommentar etc.) auf die online-sharing Plattform stellen. Durch die Einrichtung personalisierter ‚Kanäle‘ („Channel“) – in Analogie zu Fernsehkanälen – ist wird diese Praxis deutlicher mit den *Namen* (Eigennamen oder Pseudonyme) der Amateure in Verbindung gebracht, so dass sie als Kuratoren tatsächlich in Erscheinung treten können. Diese Struktur regt viele Amateure an, unterschiedliche Kanäle einzurichten und sich so als Kuratoren unterschiedlicher Themen zu bezeichnen.
2. *Selbst-Kuratierung*: Amateure präsentieren sich selbst mit einem Portfolio an Darstellungsmöglichkeiten und Kompetenzen. Strukturell besteht die Selbst-Kuratierung in einer Gleichzeitigkeit von Kuratierung und Selbstdarstellung. Die Mikro-Kuratierung (die sich für sehr erfolgreiche Videoproduzenten graduell auf eine Meso-Ebene ausweitet, d. h. selbst zur Institution wird)

9 Während der Film etwa mit der Nennung der an der Produktion Beteiligten im Abspann die jeweiligen Rollen offen benennt, was für die Karrieren der Beteiligten von Bedeutung ist, werden im Online-Video – und dass dies selbstverständlich erscheint sollte nicht über den Stellenwert dieser Auslassung hinwegtäuschen – beinahe nie die Beteiligten Produzenten genannt, schon gar nicht die Mitarbeiter der sharing-Plattformen.

überschneidet sich mit der Selbst-Kuratierung. Strukturell induzierte und individuell vollzogene Kommodifizierungs- und Ästhetisierungsprozesse, also Anlehnungen an die Warenästhetik oder die künstlerischen Ästhetiken haben ihren Ausgangspunkt in dieser Dynamik von Selbstzuschreibung und Artefaktproduktion: wenn es nötig wird, das eigene Selbst als Bezugspunkt der Neugier anderer aus der Distanz zu etablieren, wird das eigenen Leben zur Ware oder zum Kunstwerk.

3. *Sub-Kuratierung und Ko-Kuratierung*: Die Videoamateure tragen zu den Kuratierungsstrategien der Medienunternehmen bei. Sie tun dies auf verschiedene Weise: sie stellen durch Miko-Kuratierungspraktiken Material zur Verfügung, das aggregiert überhaupt erst das Archiv der online-Plattformen entstehen lässt. Sie bestätigen durch ihre bloße Beteiligung den Diskurs der Interaktivität, der das Versprechen auf Partizipation („broadcast yourself“) plausibilisiert. Wenn die *Thesaurierung* der Online-Plattformen – d. h. die Unterteilung in unterschiedliche Themengebiete – zur Grundlage der thematischen Rahmung der Produktion wird, kann ebenfalls von Sub-kuratierung gesprochen werden.

Videoamateure werden damit zu Sub-Kuratoren, deren Arbeitsverhältnis dem von Sub-Unternehmern ähnelt, insbesondere, wenn die Amateure, etwa als ‚youtube-Partner‘, an den (Werbe-)Einnahmen beteiligt werden. Die Subkuratierung geht in Ko-Kuratierung oder relativ unabhängige Kuratierungen über, wenn die Amateurproduzentinnen die Strukturen der Distribution und des Interaktivitäts-Diskurses bei ihrer Produktion berücksichtigen. Das kann auf sehr unterschiedliche Weisen geschehen, die an dieser Stelle nicht weiter verfolgt werden können.

Die Amateure orientieren sich – affirmativ, ablehnend oder strategisch – an den Kategorien, die eine Kuratierung wertvoll, verwertbar oder anschlussfähig machen und gewinnen damit „Kommunikationsmacht“¹⁰ und Handlungsfähigkeit in sich überschneidenden „Sehgemeinschaften“¹¹. Damit werden sie allerdings auch zum Zielpunkt der Inwertsetzungsstrategien der Internet-Ökonomie, scheinbar ohne dass ihre eigene Agency betroffen wäre. In der Reproduktion einer „Aufteilung des Sinnlichen“¹², also einer institutionalisierten, konventionalisierten Verknüpfung von Personengruppen, Themen und Darstellungsformen zeichnen sich Formen eines *Regierens* im Raum der Bilder und durch Bilder ab (vgl. Holert 2008). Zugleich sind die Amateure unter bestimmten, weiter zu erforschenden Bedingungen in den Stand gesetzt, sich gegenüber den berufsmäßi-

10 Reichertz, Kommunikationsmacht.

11 Raab, Visuelle Wissenssoziologie.

12 Rancière, Das Unvernehmen.

gen Kuratoren zu behaupten und eigenständige Produktionsweisen und Ästheten zu entwickeln.

Literatur

- Bohnsack, R. (2008). *Qualitative Bild- und Videointerpretation: Die dokumentarische Methode. Einführung in die dokumentarische Methode*. 1. Aufl. Stuttgart: UTB.
- Bourdieu, P. & Boltanski, L. (1981, orig. 1965). *Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Burgess, J.; Green, J.; Jenkins, H. & Hartley, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. John Wiley & Sons.
- Carpentier, N. (2003). The BBC's Video Nation as a Participatory Media Practice. *International Journal of Cultural Studies*, 6, Nr. 4, 425-447.
- Dovey, J. (2000). *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. London: Pluto.
- Foucault, M. (2004). *Geschichte der Gouvernementalität I. Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Vorlesung am Collège de France 1977-1978*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, M. *Schriften in vier Bänden. Dits et Ecrits. Band 1. 1954-1969*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Foucault, M. (1996). *Die Ordnung des Diskurses*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, NY: Doubleday.
- Gunning, T. (1986). The Cinema of Attraction: Early Films, Its Spectator and the Avant-Garde. *Wide Angle*, Bd. 8, Nr. 3/4, 63-70.
- Hepp, A. (2010). Mediatisierung und Kulturwandel. In M. Hartmann und A. Hepp (Hrsg.). *Die Mediatisierung der Alltagswelt* (S. 65-84). Wiesbaden: VS.
- Hitzler, R.; Honer, A. & C. Maeder (1994). *Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Holert, T. (Hrsg.). *Imagineering: Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit*. Köln: Oktagon.
- Holert, T. (2008). *Regieren im Bildraum*. Berlin: b-books.
- Knoblauch, H. (1995). *Kommunikationskultur*. Berlin: De Gruyter.
- Knoblauch, H.; Schnettler, B.; Raab, J. & H.G. Soeffner (2006). *Video Analysis: Methodology and Methods. Qualitative Audiovisual Data Analysis in Sociology*. Frankfurt a.M.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. 1. Aufl., Wiesbaden: VS.
- Lovink, G. & Niedere, S. (2008). *Video Vortex Reader*.
- Lundby, K. (2009). Introduction: ‚Mediatization‘ as Key. In ders. (Hrsg.): *Mediatization. Concept, Changes, Consequences* (S. 1-20). New York: Lang..
- Maasen, S.; Mayerhauser T. & Renggli, C. (2006). *Bilder als Diskurse. Bilddiskurse*. Weilerswist: Velbrück.
- Matthews, N. (2007). Confessions to a new public: Video Nation Shorts. *Media* 29, Nr. 3, 435-448.
- Noam, E.M. & Pupillo, L.M. (Hrsg.) (2008): *Peer-to-Peer Video. The Economics, Policy, and Culture of Today's New Mass Medium*. New York: Springer.

- Raab, J. (2008). *Visuelle Wissenssoziologie*. Konstanz: UVK, 2008.
- Rancière, J. (2002). *Das Unvernehmen: Politik und Philosophie*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Reichert, R. (2006). *Im Kino der Humanwissenschaften. Studien zur Medialisierung wissenschaftlichen Wissens*. Bielefeld: Transcript.
- Reichert, R. (2008). *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechniken im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript.
- Reichert, J. & Englert, C. (2010). *Einführung in die qualitative Videoanalyse: Eine hermeneutisch-wissenssoziologische Fallanalyse*. Wiesbaden: VS.
- Reichert, J. (2009). *Kommunikationsmacht: Was ist Kommunikation und was vermag sie? Und weshalb vermag sie das?* Wiesbaden: VS.
- Snickars, P., & Vonderau P. (2009) *The YouTube Reader*. Wallflower Pr.
- Stiegler, B. (2009). *Von der Biopolitik zur Psychomacht. Die Logik der Sorge*, Bd. 2. Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- Waldenfels, B. (2002). *Bruchlinien der Erfahrung: Phänomenologie – Psychoanalyse – Phänomentechnik*. 3. Aufl. Suhrkamp.