

# Qualitative Methoden der Medienforschung

Herausgegeben von

**Ruth Ayaß**  
**Jörg Bergmann**

**Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung 2011**

**ISBN 978 - 3 - 936656 - 35 - 0**

**<http://www.verlag-gespraechsforschung.de>**

**Alle Rechte vorbehalten.**

**© Verlag für Gesprächsforschung, Dr. Martin Hartung, Mannheim 2011**

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

## ÜBER DIE HERAUSGEBER

*Ruth Ayaß*, Prof. Dr. rer. soc., geb. 1964 in Karlsruhe, Studium der Linguistik und Soziologie in Konstanz, Promotion in Gießen, Habilitation in Bielefeld 2004. Seit 2004 Professorin an der Universität Klagenfurt. Arbeitsschwerpunkte in Lehre und Forschung: Qualitative Methoden, Konversationsanalyse, Analyse medialer Gattungen, Kommunikation in, mit und über Massenmedien, kommunikative Konstruktion von Geschlecht.

*Veröffentlichungen:* «Das Wort zum Sonntag»: Fallstudie einer kirchlichen Sendereihe (Stuttgart 1997); «Winds of Change». In der Fernsehforschung hat ein Paradigmenwechsel stattgefunden, in: *Soziologische Revue*, 2001, Vol. 24, 17–33; «Report», «rapport» und andere Mythen: Die These der zwei Kulturen und die linguistische Ontologisierung von Geschlecht, in: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 2004, Heft 20, 37–59; Konversationsanalytische Medienforschung, in: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 2004, Vol. 51, Nr. 1, 5–29; *Kommunikation und Geschlecht: Eine Einführung*. Stuttgart (in Vorbereitung).

*Jörg R. Bergmann*, Prof. Dr. rer. soc., geb. 1946 in Landsberg/Lech, Studium der Psychologie, Philosophie und Soziologie in München, Konstanz und Los Angeles. Ab 1990 Professor für Mikrosoziologie an der Justus-Liebig-Universität Gießen, seit 2000 Professor für Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung an der Universität Bielefeld. Arbeitsschwerpunkte in Lehre und Forschung: Qualitative Methoden, Ethnomethodologie, Konversationsanalyse, Gattungsanalyse, Interaktion in informellen Alltagssituationen und komplexen beruflichen Arbeitskontexten, Neue Medien.

*Veröffentlichungen:* Klatsch: Zur Sozialform der diskreten Indiskretion (Berlin 1987); Ethnomethodologie und Konversationsanalyse (Hagen 1987/88); Religion und Kultur (Hg. mit Alois Hahn und Thomas Luckmann; Opladen 1993); Discrete Indiscretions: The Social Organization of Gossip (New York 1993); Morality in Discourse (Hg. mit Per Linell; Mahwah, NJ 1998); Kommunikative Konstruktion von Moral, 2 Bde. (Hg. mit Thomas Luckmann; Opladen 1999); Der sprechende Zuschauer: Wie wir uns das Fernsehen kommunikativ aneignen (Hg. mit Werner Holly und Ulrich Püschel; Wiesbaden 2001); Beratung und Therapie per Internet und Handy (Hg.; Gießen 2005).

# INHALT

Vorwort 9

## **1 QUALITATIVE METHODEN IN DER MEDIENFORSCHUNG – EIN ÜBERBLICK**

Jörg R. Bergmann

1.1 Qualitative Methoden der Medienforschung –  
Einleitung und Rahmung 13

Ruth Ayaß

1.2 Zur Geschichte der qualitativen Methoden  
in der Medienforschung: Spuren und Klassiker 42

Hans Wagner

1.3 Beobachtung, Interpretation, Theorie 72

## **2 DATEN UND IHRE METHODEN/METHODEN UND IHRE DATEN**

AUSSAGEN UND ANTWORTEN ALS DATEN

Stefan Aufenanger

2.1 Interview 97

Burkhard Schäffer

2.2 Gruppendiskussion 115

BEOBSACHTUNGEN UND BESCHREIBUNGEN  
ALS DATEN

- Herbert Kalthoff  
2.3 Beobachtung und Ethnographie 146

- Götz Bachmann und Andreas Wittel  
2.4 Medienethnographie 183

MEDIENPRODUKTE ALS KONSTRUIERTE DATEN

- Hans J. Wulff  
2.5 Filmanalyse 220

- Stephan Wolff  
2.6 Textanalyse 245

- Gabriela B. Christmann  
2.7 Inhaltsanalyse 274

MEDIEN ALS DOKUMENTE

- Angela Keppler  
2.8 Konversations- und Gattungsanalyse 293

- Detlef Garz und Friedhelm Ackermann  
2.9 Objektive Hermeneutik 324

- Robert Schändlinger  
2.10 Visuelle Ethnographie 350

### **3 THEMEN UND IHRE METHODEN**

Jörg R. Bergmann

3.1 Studies of Work 391

Ruth Ayaß

3.2 Gender Studies 406

Rainer Winter

3.3 Cultural Studies 423

Susanne Regener

3.4 Visuelle Kultur 435

### **4 MEDIALE AUFBEREITUNG UND PRÄSENTATION MEDIALER DATEN**

Susanne Frieße

4.1 Computergestützte Analyse qualitativer Daten 459

Martin Hartung

4.2 Datenaufbereitung, Transkription, Präsentation 475

Jörg R. Bergmann

4.3 Mediale Repräsentation  
in der qualitativen Sozialforschung 489

### **ANHANG**

Über die Verfasser 509

Personenregister 512

Sachregister 515

- Tasker, Yvonne (1993), *Spectacular bodies. Gender, genre and the action cinema*. London: Routledge.
- Williams, Raymond (1958), *Culture and society 1780–1950*. London: Chatto & Windus.
- Winter, Rainer (1995), *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess*. Köln: von Halem.
- Winter, Rainer (2001), *Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Winter, Rainer (2004), *Critical pedagogy*, in: Ritzer, George (Hrsg.), *Encyclopedia of social theory*, Vol. 1. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage, 163–167.
- Winter, Rainer/Lothar Mikos (Hrsg.) (2001), *Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader*. Bielefeld: Transcript.
- Wright, Will (1975), *Six guns and society. A structural study of the western*. Berkeley/Los Angeles: University of California Press.

## 3.4 VISUELLE KULTUR

### 1. VISUELLE KULTUR – UMFELD DES BILDES<sup>1</sup>

Fotografieren, Bilder herstellen, Filmen sind Interaktionen, die sich zwischen Bild, Lebensgeschichte, Bildgedächtnis, verschiedenen Medien, Techniken, Software, Produzenten und Konsumenten entwickeln. Die heutige digitale Bildkultur ist eine sich ausbreitende Hybridkultur, in der sich verschiedene künstlerische mit populären und kommerziellen Ebenen vermischen und in der sich Realität und Virtualität zu neuen Bildern, Wahrnehmungsmustern und neuen Blicken formieren.

Dieser Situation trägt das Forschungsfeld *Visuelle Kultur* Rechnung, in dem das Alltagsleben und die Perspektive des Konsumenten in den Vordergrund gestellt werden. «Visuelle Kultur ist eine Taktik, keine akademische Disziplin» (Mirzoeff 1999, 4). Sie artikuliert über traditionelle Fachgrenzen hinweg verschiedene Fragestellungen und Zugangsweisen. *Visuelle Kultur* beschäftigt sich mit der Bildervielfalt in unserer und in fremden Kulturen unter der Voraussetzung, dass man sich nicht auf die Bilder an sich bezieht, sondern auf die Tendenz, die eigene Existenz zu visualisieren und zu Bildern zu machen. *Visuelle Kultur* kann als Konzept dazu dienen, Verbindungen multi- und transdisziplinärer Art herzustellen. Ihre Gegenstände können sowohl populäre Bilder der Werbung als auch Gemälde, private Fotografien oder Spielfilme sein; ihre Themen sind sehr heterogen: Sie reichen vom Image einer Landschaft (Oosterbaan 2002, 17) über die Darstellung von Gewalttätern in der Presse (Regener 2003b) oder die Dokumentation einer interkulturellen Performance (Fusco 1998) bis zur Orgasmusdarstellung im schwulen Pornofilm (Dyer 1998).

«Visual Culture directs our attention away from structured, formal viewing settings like the cinema and art gallery to the centrality of visual experience in everyday life.

At present different notions of viewing and spectatorship are current both within and between all the various visual subdisciplines» (Mirzoeff 1998, 7).

Bild-Diskursanalyse ist ein methodischer Zugang der *Visuellen Kultur*, der über eine ikonographische Analyse hinaus diesem multidisziplinären Blick gerecht wird. Verbindungen von Bildern mit Bildern, ihre wechselseitigen Beeinflussungen und Modifikationen stehen in einem intermedialen Zusammenhang von Texten, Tönen, Filmbildern, Internetbildern, musealen Bildern sowie Buch- und Presse-Abbildungen. Ausgehend von der digitalen Bildkultur soll die Vergangenheit und Gegenwart von Fotografien aus dem privaten Umfeld von Rezipienten bzw. Konsumenten bzw. Usern thematisiert werden.

## **2. TRADITIONELLE BILDFUNKTIONEN UND NEUE BLICKKULTUREN**

Das fotografische Bild als Repräsentant der Wirklichkeit, das fotografische Bild als Illustration, das fotografische Bild als Kommunikationsanlass, das fotografische Bild als Beweis – das Sprechen über fotografische Bilder bezieht sich, so scheint es, immer auf ihren Indexcharakter. Ist es nicht gerade der Index, jenes Versprechen auf einen Wirklichkeitsbezug und die physikalische Existenz eines Referenten, der den Reiz des Bildes ausmacht? Doch Computerkunst stellt seit ungefähr einem Jahrzehnt die vermeintlichen Sicherheiten des Mediums über Objektivität und Authentizität fotografischer Repräsentation in Frage. Mit der Computerkunst wird der Indexbegriff problematisch.



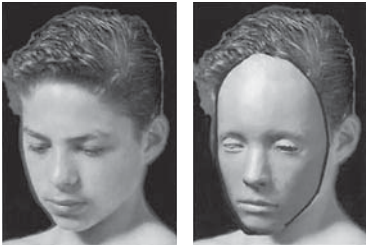


Abb. 1: Keith Cottingham, Studien zu der Serie *Fictitious Portraits*, Ausschnitt (Cottingham 1995)

In der Kunst, zum Beispiel in der Arbeit *Fictitious Portraits* des Amerikaners Keith Cottingham (Abb. 1), wird eine neue Blickkultur angedeutet. Cottingham verbindet digitale Malerei und Montage, kopiert Bilder verschiedener Geschlechter, Rassen und Altersstufen übereinander; er benutzt also traditionelle Bilder für die Entstehung von etwas Neuem, das Herkömmliches nachahmt. Cottingham problematisiert den Zusammenhang von Bild und Identität:

«Dadurch, daß ich ein Porträt als multiple Persönlichkeit konzipiere, wird das <Selbst> nicht als ein Wesen präsentiert, das ein für alle Mal feststeht, sondern als Ausdruck der ständig im Flusse befindlichen Wechselbeziehung zwischen Gesellschaftlichem und eigenem Inneren. Jeder Ausdruck ist gleichzeitig eine Sicht von sich und auf sich selbst» (1995, 160/162).

Das Spiel mit der Identität lässt den Index in den Hintergrund treten. Verunsicherungen über Referenz und Objektivität entstehen, die eine Tradition haben.

Die Geschichte der Fotografie zeigt, dass der Ausdruck von Identität und Ähnlichkeit in der Porträtfotografie immer schon ein viel diskutiertes Thema war. Von Anfang ihrer Erfindung an beschäftigten sich die Quellen zur Fotografie mit dem Problem von Nachahmung, Ähnlichkeit, mit dem Für und Wider von Hilfsmitteln wie Retusche und Unschärfe und mit der Wahrheit der Abbildung (Kemp 1980). Heute allerdings, im Zeitalter des Internets, wird die Darstellung des Selbst offenbar anders erlebt. Die amerikanische Psychologin und Soziologin Sherry Turkle behauptet, dass uns die Erfahrungen, die wir im Internet machen, dazu verhelfen, «die Wirklichkeit, das Selbst und den anderen als Konstrukte» zu erkennen (1999, 429). Das heißt, über die neuen Medien werden langsam

Ideen von multipler Identität in unser Alltagsleben integriert. In Kunst- und Kulturwissenschaft interessiert die Frage, wie neue Kulturtechniken und Bildpraktiken die Darstellung des Menschen, möglicherweise den Menschen selbst, verändern. Anhand von Bildpraktiken der Selbstdarstellung im Internet lässt sich zeigen, dass neue Bild- und Blickkulturen in einem Diskurs traditioneller Zusammenhänge stehen.

*Die Wirklichkeit der Bilder I:* Niemals zuvor wurde die wissenschaftliche und öffentliche Diskussion darüber vehementer geführt als nach den Ereignissen des 11. September. Haben die im Fernsehen gezeigten Bilder des einstürzenden World Trade Centers das Attentat erst *real* gemacht? Machten diese Bilder Spielfilme real bzw. wurde die Realität dem Film nachgebaut? Klaus Theweleit hat zahlreiche Kommentare von Kulturwissenschaftlern und Künstlern der CNN-Crash-Bilder gesammelt. Für viele Kommentatoren gilt der Verdacht, dass das Kinobild realer geworden ist als die Wirklichkeit (2002, 69). Ein Ereignis und die Ähnlichkeit von Bildern bringen Zuordnungen (paranoisch) durcheinander.

Die digitalen Bildherstellungsprozesse verändern unsere Einstellung, unsere Wahrnehmung und unsere Produktion von Fotografien. Das Fotografische ist nicht mehr länger allein in Kategorien von Geschichte, Ästhetik, Semiotik zu beschreiben, sondern – wie Philippe Dubois (1998, 62) betont – das Fotografische ist epistemisch zu denken. Zu fragen ist nun, in welcher Beziehung ein Foto zum Raum, zur Wirklichkeit, zu den Subjekten und den es umgebenden Texten steht. Dieser das Bild betreffende Diskurs ist es, der eine Blickkultur beschreibt. Blickkultur lässt sich verstehen als die Gesamtheit aller kommunikativen und ikonographischen Faktoren, die die Betrachtung von anderen Menschen und Dingen (Objekte und Situationen) und von Bildern sowie die eigene Produktion von konkreten Bildern und Vorstellungsbildern beeinflussen.

*Die Wirklichkeit der Bilder II:* Während des Irak-Kriegs informierten Kriegsspezialisten in deutschen Nachrichtensendungen das Publikum über Echtheit oder Fälschung von Bildern, die direkt aus dem Kriegsgeschehen mittels Videophone, quasi live, geschickt wurden.<sup>2</sup> Es ist eine neue Entwicklung, dass der Glaube an das televisuelle Nachrichten-Live-Bild erschüttert und nun der medialen Praxis einer (öffentlichen) Reflexion unterzogen wird.

Kunst, Alltagspraxis, Medienpraxis und Expertenwissen thematisieren die Illusion eines indexikalischen Zusammenhanges zwischen Referent und Bild. Der fotografische Index ist manipulierbar, mithin ein Fake-Index. Um zu untersuchen, wer etwas zeigen will und was und wie etwas zur Ansicht kommt, benötigt man einen wissenschaftlichen Zugang, der die Bilder (Fotografie und andere Visualisierungstechniken) in umfassender Weise begreift. Notwendig ist ein Zugang, der in der Fotografie bzw. im Bild ein intermediales Objekt zur Herstellung eines spezifischen Blicks und gewandelter Selbstdarstellungsmodalitäten erkennt. Der Film *A. I. (Artificial Intelligence, USA 2001)* von Steven Spielberg, übrigens zum Zeitpunkt des Attentats auf das World Trade Center gerade fertig gestellt, greift diese Aspekte auf: Der Filmplot wird von der Frage des Roboter-Jungen geleitet, ob er ein wirklicher Mensch ist oder nur eine Maschine – er möchte *real* werden. Mensch zu sein, so wird suggeriert, heißt *real* zu sein. Der Film nimmt ein archaisches Motiv der Subjektwerdung auf: Erinnerung an eine Vergangenheit durch Bilder. Man erweckt das Roboter-Kind, indem man die Bilder seines Vorlebens zeigt, ihm einen halluzinativen Projektionsraum bietet. Ein großes Projekt der Fotografie war (und ist) es, dem Individuum eine (Familien-)Genealogie zu ermöglichen und abrufbare Vergangenheitsbilder bereitzustellen. *A. I.* ist ein Film, der mit Bildern einer harmonischen Familie und einem offensichtlich durchschnittlichen Körper- und Gesichtsausdruck das Erkennen auf die Probe stellt. Die feingliedrigen Aliens haben bei Spielberg kein Gesicht mehr, das an eine individuelle Differenz erinnern könnte.<sup>3</sup>

### 3. SCANNING IMAGES – UMGANG MIT BILDERN

User – eine neue (geschlechts- und altersneutrale) Bezeichnung für die Konsumenten des Mediums Internet – sind Rezipienten und Produzenten zugleich. Es sieht so aus, dass das Netz dem User die Chance gibt, sich neu und anders zu erfahren, sich zu entfalten und sogar immer wieder zu entwerfen. Die User scheinen zunächst jedoch konventionell zu

agieren. Ihre Bildproduktion und Bildverwaltung ist die der Knipser (Starl 1995). Erst nach und nach treten Modifikationen auf, die von Technik, Apparat und Software abhängig sind. Ein neues Problem kreist um das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit. Konnte man früher noch von privaten Fotoalben sprechen, die nur einem begrenzten Publikum (Familie und Freunde) zur Ansicht kamen, sind diese Bildkonvolute im Internet strukturell öffentlich und global einsehbar, aber faktisch auf eine lokale Rezipientenschicht ausgerichtet.

Unser alltäglicher Umgang mit Bildern ist heute einer, der am besten mit dem Begriff *Scanning* zu beschreiben ist: Unsere Augen wandern, wir überfliegen Bilder, wir suchen sie schnell nach Zeichen der Bedeutung ab und kategorisieren sie entsprechend. Bilder zu erkennen, sich mit ihnen zu beschäftigen, heißt in Zeiten und Räumen des Internets, die Bilder durch sich hindurchgehen zu lassen, mithin nicht nur ein *scanning*, sondern – wenn man es genau nimmt – auch ein *digesting*, ein Verdauen, ein Verarbeiten. So lässt sich auch eine Bemerkung von Flusser (2003, 71) verstehen, der 1991 schrieb, wir bräuchten uns den Fotoapparat nicht umzuhängen, da wir ihn schon längst im Bauch hätten.

*Scanning Images* ist aber nicht nur eine Metapher für das schnelle pausenlose Bilderkonsumieren, sondern auch eine für das Einbringen eigener Bilder in den öffentlichen Kontext. Die Technologie der Webcams bzw. der digitalen Fotoapparate und die fotofähigen Mobiltelefone bieten die Möglichkeit des *Making Images*. An einen PC angeschlossen, kann man mit der Webcam live hergestellte Bilderfolgen und die gespeicherten Fotos aus digitalen Apparaten an eine größere Community weitergeben und auf einen Klick (global) sichtbar machen.

Die Webcam ist nicht nur Apparat für das selbstverliebte Bildermachen, sondern durch ihren (suggerierten) Live-Bezug steht sie in engem Zusammenhang zu öffentlicher Video-Überwachung und polizeilicher Kontrolle. Überwachungsbilder sind heute ubiquitär, und ihre Politiken sind in Wissenschaft, Kunst und Populärkultur präsent.<sup>4</sup>

### 3.1 PROTHESE WEBCAM

Mit der Webcam, die man an den Computer zu Hause anschließt, kann heute jeder User selbst in eine solch öffentliche Bildproduktion einsteigen. Weil die Geräte billig und ein Live-Stream für die private Gebrauchsweise offenbar noch zu kompliziert und zu kostspielig ist, liefert die Webcam bislang zumeist nur ruckartige Bilder, die an Apparate der Vorgeschichte des Films wie Kinetoskop, Spirograph, Bioskop und Chronofotografie erinnern (Mannoni 2002, 362–378). Doch auch so scheint die Webcam auf der privaten, nicht-kommerziellen Homepage für den User eine Art visueller Beweis für einen leibhaftigen, performativen Anschluss an die Welt des Virtuellen zu sein (Regener 2003a). Die Webcam ist eines jener Hilfsorgane, mit denen sich der Mensch als «Prothesengott» (Sigmund Freud) inszeniert. An einem neuen Ort (*personal homepage*) wird mit der fotografisch festgehaltenen Performance die telematische Präsenz des Menschen manifestiert.

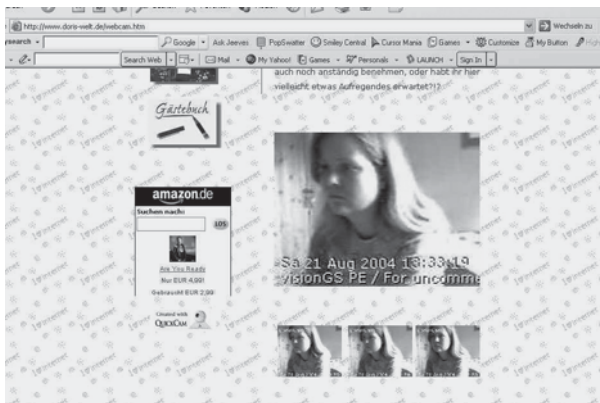


Abb. 2:  
Screenshot:  
Webcam-Bild  
auf privater  
Homepage,  
www.doris-  
welt.de (Zu-  
griff am  
02.07.2003)

Doris liebt das Internet, wie der bedruckte Hintergrund ihrer Website kundtut (Abb. 2). Mit ihrem aktuellen Webcambild und den archivierten Fotografien wird eine Schnittstelle zwischen Körper und Erscheinung aufgebaut,<sup>5</sup> die auch einen Kontaktwunsch beherbergt und Zeichen von Authentizität sein will: «Hier gibt's was zu sehen (...) Alle 20 Sekunden

erscheint automatisch eine neue Aufnahme, natürlich nur, wenn ich da bin, wenn nicht, dann nicht ;-)» (www.doris-welt.de). Eine Unmittelbarkeit von Wahrnehmen und Aussenden wird verbunden mit der Illusion, die Kamera sei auch das Hilfsorgan für eine Interaktion. Die mittlerweile berühmte erste Girlcam-Betreiberin Jenni (www.jennicam.org) begründete ihren Exhibitionismus kurzerhand so: «Ich fühlte mich einsam ohne die Kamera» (Burgin 1999, 96). Verschiedene intermediale Bezüge (Rajewsky 2002, 3) werden hier sichtbar: Die Affirmation einer Überwachungstechnik für den privaten, intimen Gebrauch der Selbstdarstellung beruht nicht nur auf einer Gewöhnung an öffentliches Fotografiert- und Gefilmt-Werden, sondern auch auf der anschaulichen Vermittlung von Prothesen in Nachrichtensendungen (Videophone) und Spielfilmen (Bildtelefone z. B. in *Metropolis* von Fritz Lang 1927, Stanley Kubricks *2001 – A Space Odyssey* 1968, *Lost Highway* von David Lynch 1997). Im Fernsehen sind mittlerweile europaweit *Big-Brother*-Formate und verwandte Sendungen verbreitet, in denen freiwillig eingeschlossene Abenteuerer, reuige Ehemänner oder Operationswillige sich von Kameras beobachten lassen.

### 3.2 DAS VERNETZTE SELBST

Der User ist in ein Netz versponnen: Voyeurismus und Exhibitionismus, Überwachung und Selbstdarstellung, freiwillig und unfreiwillig, privat und öffentlich – die Dichotomien sind längst aufgehoben, ein wildes Agieren macht sich breit, Paranoia auf der einen Seite produzierend, Normgrenzen überschreitendes Handeln auf der anderen Seite: Trotz ständig steigender Überwachung ist die Bedrohung nicht mehr auszumachen, das Böse nicht mehr zu erkennen, wie in den öffentlichen Diskursen über die Selbstmordattentäter und Amokläufer deutlich wird (Regener 2004; 2003b). Gleichzeitig werden immer wieder Fälle von grenzüberschreitendem Mediengebrauch bekannt: Die Folter-Fotos der Soldaten aus Abu Ghraib gehen um die Welt; die Angeklagten im Vergewaltigungs- und Mordprozess von Saarbrücken sollen den Missbrauch des Jungen Pascal gefilmt haben (Süddeutsche Zeitung, 24.9.2004). Ama-

teur-Fotografie und -Film orientieren sich an den Pornographie-Produktionen, wie sie im Internet kommerziell betrieben werden, sind aber ebenso vom «Porn-Chic» der zeitgenössischen Modedefotografie wie einschlägiger Fernsehsendungen beeinflusst.

Das panoptische Sehmaschinen-Paradigma von Michel Foucault hat eine neue medienhistorische Facette erhalten: Der Mensch verinnerlicht den Blick der Macht, er steht nicht mehr außerhalb, sondern macht sich zum Zentrum einer Blickvielfalt.

«Das Subjekt unterwirft sich einer phantastischen Macht, die mehr zu sehen vermag, als es selbst an sich zu erkennen in der Lage ist: Robinson auf einer einsamen Insel, von Kameras umstellt» (Schmidt 2002, 187).

In der «Kontrollgesellschaft» (Gilles Deleuze) ist das (Selbst-)Image von den aufeinander bezogenen öffentlichen und privaten Blickkulturen geprägt, wobei die Prozesse der Kontrolle zunehmend unsichtbarer werden. Die Homepage, die Webcam, die Texte (z. B. Weblogs) und die Bilder (Fotogalerien, Fotologs) sind «Technologien des Selbst», die – wie Michel Foucault (1988, 18) sie beschreibt – dazu verwendet werden, sich individuell mit eigenen Meinungen auszudrücken, sich darzustellen, sich als Subjekt zu formen. Dieses Agieren der privaten User im Internet scheint die Netzstruktur zu benutzen und weiterzuentwickeln – jede Aktion zielt auf Interaktion und auf Selbstdarstellung in einer Öffentlichkeit.

«Die Amateurfotografen machen gewagte Expeditionen, sie bringen Dokumente mit», schrieb Jean-François Lyotard (1985, 93) Mitte der 1980er Jahre und erhob die Amateurfotografie zur fast ethnologischen Untersuchung. Wenn man einen solchen reflexiven Anteil einbezieht, dann wird deutlich, dass man es heute immer noch mit der Erforschung von Grenzen zu tun hat, wenn Amateure Bilder produzieren. Wie früher – zu Zeiten analoger Knipsfotografie – geht es auch bei der Bildproduktion im Online-Bereich um Gestaltung, um Auseinandersetzung mit der Umwelt, um die lebensgeschichtliche Verortung:

«Der Knipsor ordnet die Bilder der Welt, wie er sie sieht, zu einem Gefüge, indem er sich jederzeit und ohne weiteres wiederzufinden vermag» (Starl 1995, 23).

Dieses Gefüge ist im Internet ausgeweitet insofern, als das Bild ein interaktives Umfeld (Verlinkung) und ein intermediales Umfeld (Texte, Musik, Film) hat. Das Foto wird mithin mobilisiert für den Auftritt in der Öffentlichkeit, wie die private Seite eines Schweizer zeigt (Abb. 3).



Abb. 3: Screenshot, <http://www.rehmann.ch> (Zugriff am 16.11.04)

Er baut sich hier eine Party-Gemeinschaft auf, die durch Bilderschaufen, Text-Kommentare, Chat, Linkliste vielfach miteinander vernetzt ist. Das *World Wide Web* führt zu einem Überschwang des Zeige-Wunsches. Das hat es vorher noch nicht gegeben: Man kann sein Fotoalbum nun <der ganzen Welt> zeigen, man kann es leicht mit Fotos von anderen ergänzen und mit kommerziellen Bildern mischen. Dadurch entsteht eine neue Archivsituation: Die als «gallery» oder «Fotoalbum» bezeichneten Bildkonvolute verweisen einerseits auf die Nähe zur öffentlichen Inszenierung, andererseits auf das traditionelle Knipser-Archiv.<sup>6</sup> Diesem Interagieren zwischen lokalem Wahrnehmen der Selbstpräsentation und der Illusion globaler Wirkmächtigkeit muss in einer Analyse von Visualisierungen im Netz Rechnung getragen werden. Eine Netzkritik, die das Begehren nach dem neuen Medium auf seine Begrenzungen, seine Ideologien und Politiken hinweist, ist unerlässlich (Lovink/Schultz 1997) und relativiert die These von der allgemeinen Demokratisierung von Wissen und Zugang zu Medien.



### 3.3 TELEMATISCHES BILD

Mit der Webcam kristallisierte sich ein spezifisches Bild heraus, das die Anschlussfähigkeit des Users an das Netz symbolisiert und damit gerade auch den Wunsch ausdrückt, integrativer Teil einer neuen medialen Bewegung zu sein. Die Aufzeichnungen der Webcam werden in einzelne Fotografien zerlegt und das Selbstporträt gefeiert: Ähnliche Einstellungen, die Dokumentation einer Performance, werden wieder und wieder reproduziert (Abb. 4).

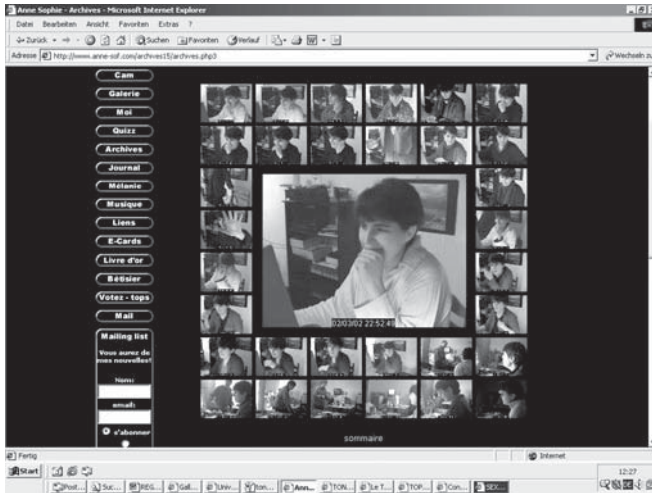


Abb. 4: Screenshot, Webcambilder-Archiv, www.anne-sof.com (Zugriff am 25.02.04)

Das Objektiv ist – bei Frauen und Männern gleich – auf den User und seinen Computerarbeitsplatz ausgerichtet. Der Blick in den Computer wird durch die Verbindung von Kamera mit dem Computer eingefangen (Abb. 5). Dieses Porträt ist nur wahrnehmbar, wenn man als User die gleiche Haltung am Computer einnimmt, wenn quasi ein Spiegelbild entsteht. Ich möchte für diesen Fall von Selbstdarstellung vom *telematischen Bild* sprechen. Das Bild gerät in Bewegung und symbolisiert jene technische Entwicklung und räumliche Ausweitung, die unter der Bezeich-

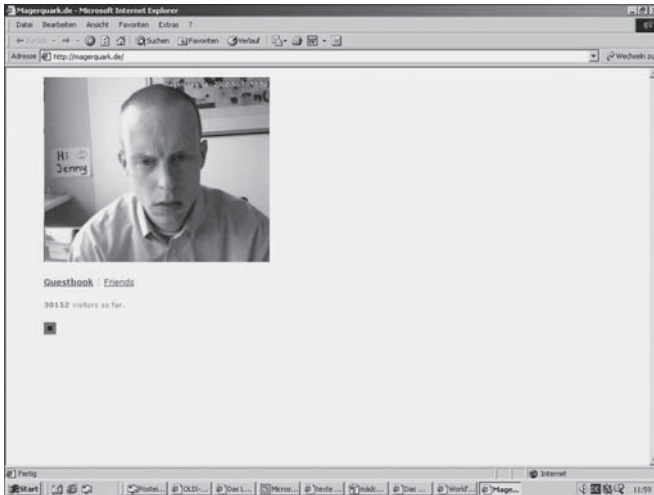


Abb. 5: <http://magerquark.de> (Zugriff am 15.06.03)

nung Telematik kursiert und nach Vilém Flusser «als eine Technik zum selbstbewegten Näherrücken von Entferntem gedeutet werden kann» (zitiert nach Bollmann 1995, 18). Ohne besondere Anstrengungen (Reisen, Museumsbesuche) gelingt die Raumerweiterung für den User: Er/Sie wird Teil einer technoimaginären Welt, indem er/sie nicht mehr nur Rezipient, sondern auch Akteur ist. Man kann die Überlegungen von Flusser wörtlich nehmen: Für die User scheint mit diesen Bildern eine Vertrautheit gewährleistet zu sein. Aus dem Utopischen ins Machbare – die Informationsgesellschaft verwirklicht sich über die visuelle und kommunikative Nähe, globaler Austausch ist über Videokonferenzen und mit von Webcams gestützten Chats längst erprobt. Die fotofähigen Mobiltelefone setzen auf einer anderen Ebene das telematische Bild fort und suggerieren ständige körperliche Präsenz und Nähe. Nähe ist nicht mehr als räumliche und zeitliche Entfernung definiert, sondern dadurch, dass möglichst viele Informationen und Bilder ausgetauscht werden.

Das telematische Bild ist Ausdruck für einen neuen Einstieg ins Bild: die *Immersion*. Der User ist von verschiedenen Wirklichkeiten umzingelt, er wird angehalten, sich darin zu positionieren und auch jene Wirk-

lichkeit zu produzieren, die seinen eigenen Körper betrifft. Bei den telematischen Prozessen geht es also aus einer epistemologischen Perspektive nicht mehr nur um Abbildung, sondern um Verschmelzung. Dieser Aspekt des Einflusses digitaler Medien wird unterschätzt, wenn man, wie Hans Belting (2001, 23) das tut, von der Vorstellung ausgeht, dass wir im Blick zu unseren Körpern auf Distanz gehen, was ja bedeutet, dass wir ein Original des realen Menschen ausmachen können.

Sich selbst zu entwickeln und für sich selbst zu sorgen – «to take care of yourself» (Foucault 1988, 19f.) – sind die Grundsätze einer Selbstverortung in der Bilderwelt und des eigenen *Imaging*. Die Homepage als Technologie des Selbst ist in steigendem Maß eine Technologie der Verbildlichung (Pikturalisierung) und weniger eine der Verschriftlichung (Skripturalisierung).

#### **4. VERWANDTSCHAFT DER BILDER UND KANALWECHSEL**

In der bildenden Kunst, der Literatur und der Populärkultur gibt es historische Bezüge, die davon handeln, der Realität durch Bildermachen habhaft zu werden. Andy Warhol experimentierte mit einer Vorstellung von Realzeit bereits 1964: Der 16-mm-Film *Empire* zeigt in einer einzigen Einstellung acht Stunden lang das Empire State Building. Warhol wollte damit die Grenzüberschreitung von Wirklichkeit und Kunst demonstrieren. Die Videotechnik ist in einem gewissen Sinn als Vorläufer der Webcam anzusehen – jedenfalls da, wo sie als ein Versprechen zeitlicher Unendlichkeit gedacht wird. Von dem amerikanischen Schriftsteller Don DeLillo wurde 1997 die mit dem Bildermachen und Bilderwahrnehmen verbundene neue Blickkultur beschrieben. Während einer Autofahrt auf dem Highway filmt ein Kind aus dem hinteren Autofenster mit einer Videokamera, wie einem Mann am Steuer seines fahrenden Autos in den Kopf geschossen wird. Das Mädchen filmt zufällig die Tat des Texas-Highway-Killers. Diese Sequenz – beliebiger Mann am Steuer eines

Autos sackt plötzlich blutüberströmt zusammen – wird im US-Fernsehen wieder und wieder wie in einer Endlosschleife gezeigt.

«Sie zeigen es, weil es da ist, weil sie es zeigen müssen, weil sie dazu da sind, für unsere Unterhaltung zu sorgen. Je öfter du das Band siehst, desto toter und kälter und gnadenloser wird es. Das Band saugt dir die Luft aus der Brust, aber du schaust es dir jedesmal an» (DeLillo 2000, 189).

Nur wenige Jahre später wird eine ähnliche Faszination für das reale Ausgeliefertsein den unstillbaren Konsum der Bilder vom brennenden und einstürzenden World Trade Center begleiten.

Die Tragödie vom 11. September wurde insbesondere von Foto- und Film-Amateuren dokumentiert – ein Material, das teilweise in den öffentlichen Nachrichtensektor eingespeist wurde. Diese Form von Kanalwechsel, explosionsartiger Verbreitung der Bilder und der Vermischung von Amateur/Kommerz und privat/öffentlich ist in einer weltweit gezeigten Fotoausstellung dokumentiert: «here is new york» (2002)<sup>7</sup> ist nach dem Konzept einer Gruppe von Schriftstellern, Museumskuratoren und der Fotoagentur *Magnum* eine Anti-Kunstmarkt-Ausstellung, denn die Fotografien stammen sowohl von Profi-Fotografen als auch von Knipsern. Die Herkunft bleibt anonym, die Fotos sind nicht beschriftet. Unter der Überschrift «Demokratie der Bilder» («a democracy of photographs») werden die Bilder nicht, wie üblich, in Rahmen und mit Passepartout gehängt, sondern das Papier mit Klammern auf Leinen befestigt. Im Angesicht der Katastrophe werden die Unterschiede zwischen Künstler und Laien sowie zwischen Produzenten und Konsumenten verwischt. Es gibt nur noch Zeitzeugen. Der Umschlag der Broschüre zur Ausstellung (Abb. 6) verwendet eine Fotografie, die die zerberstende Skyline von New York zeigt – ein Schnappschuss, unscharf, durch einen Vordergrund gestört. Die Knipser-Fotografie wird aufgewertet, der Laie integriert in die Welt der dokumentarischen Fotografie. Die Fotos – ein erneuter Kanalwechsel – sind im Internet für einen geringen Festpreis zu kaufen, d. h., auch die Distribution wird globalisiert. Das Projekt «here is new york» ist Beispiel für eine Partizipation in der (visuellen) Kultur. Der Konsum von Bildern bestimmt unsere eigene Bilderproduktion ebenso wie das Eingreifen in die Räume des Cyberspace. Beispielhaft zeigt sich dies etwa an der Beob-

achtung, dass die Lomographie erst zum Massenphänomen wurde, als Ende der 1990er Jahre Ausstellungsräume für die Amateurfotos im Internet entstanden ([www.lomo.ch](http://www.lomo.ch), Zugriff am 12.10.2004).



Abb. 6: Infoheft, Vorder- und Rückseite: here is new york: die demokratie der bilder – fotoausstellung zum 11. september 2001

## 5. FOTOGRAFIE UND VISUELLE KULTUR

Bilddiskursanalytisch ist die Frage, was denn neu an der fotografischen Situation ist, nur vergleichend zu beantworten. Im Grunde ist das Neue – die Selbstdarstellung von privaten Usern im Internet – lediglich eine neue Interpretation und Kontextualisierung oder Dekontextualisierung eines kulturellen Vorgangs (Groys 1999, 50). Die Performance des Users – ob mittels Webcam-Bild, eingespeister digitaler Fotografien oder Bildvernetzungen – entsteht im Diskurs der Kontrollgesellschaft. Das bedeu-

tet eine Neubewertung des allgemeinen Verständnisses von real/virtuell und analog/digital und Entwicklung des verwandelten panoptischen Blicks. Das, was du siehst, verändert sich, du veränderst dich mit dem, was du siehst, könnte die Leitformel der Immersionsituation lauten.

Aus diesem Komplex von Bild-Imaging und Bild-Vernetzung haben sich verschiedene Fragen herauskristallisiert. *Visuelle Kultur* bzw. *Visual Culture Studies* fragen danach, wie die Bilder entstehen, wer sie an welche Orte bringt, was sie bewirken und wohin die Bilder uns leiten. Man schreibt nicht mehr über Fotografien, sondern über ihre intermedialen Vernetzungen, über Blickpraktiken, über User-Repräsentationen und Technologien des Selbst mittels Fotografien. Die Bildproduktion des (privaten) Users im Internet zu beobachten heißt, seine (neu gewonnene) Aktivität in Bezug auf eine Partizipation an der Kultur zu verfolgen, eine Partizipation, die möglicherweise neue, alternative Strategien entwirft (Rogoff 1999). Eine solche Strategie wäre die Auflösung von Gender-Dichotomien im Cyberspace. Die Frage nach der Neudefinition des Subjekts angesichts massenwirksamer Raumeroberung in den neuen Medien spielt im Forschungsfeld *Visuelle Kultur* eine wichtige Rolle (Lummerding 2003, 179). Die feministische kritische Kulturanalyse ist Teil dieser Auseinandersetzung, eingedenk ihrer Hauptfrage, in welcher Weise wir Bilder (*images*) von Männern und Frauen anschauen und die geschlechtsspezifische Unausgeglichenheit bewerten (Jones 2003, 6; Mulvey 2003, 47–52). Der verwandelte panoptische Blick hat möglicherweise für die Frau größere Folgen von Verunsicherung und Paranoia: Die französische Künstlerin Orlan führt das postmoderne Verhältnis der Frau zum Bild vor Augen. Über Jahre ließ sie operative Eingriffe in ihrem Gesicht vornehmen, nach historischen Bildfragmenten gestalten. Die Bildwerdung während und nach den Operationen wurde auf Video und mit Fotografien festgehalten (Sobieszek 1999, 277). Orlan zeigt als multimediale Künstlerin das aktive Aufgehen in der Bilderwelt (mit körperlicher Konsequenz) und gleichzeitig auch einen Opferstatus: *image victim* könnte man im Anschluss an das populäre *fashion victim* sagen und damit eine Ausweglosigkeit postmoderner Image-Entwürfe vorwegnehmen. Das Prekäre an Orlans Fotografien ist, dass der Status der Selbstentwürfe ambivalent bleibt. Nicht Differenz von Medium und Körper, sondern Ein-

tauchen in eine reale oder virtuelle permanente Veränderung des Körpers und des Gesichts ist Idee des zukünftigen Umgangs mit der Bilderwelt, wobei noch zu entscheiden ist, wer Opfer ist und wer nicht. Jedenfalls hat die Verunsicherung über das Image schon einen pathologischen Begriff: Dismorphophobie meint die – überwiegend bei Frauen anzutreffende – Einbildung, ein hässliches Gesicht zu haben (vgl. dazu eine Website von Betroffenen: [www.dysmorphophobie.de](http://www.dysmorphophobie.de)). Der Erfolg der Schönheitschirurgie scheint unaufhaltsam.

Denkt man an die medizinische Wortbedeutung von Immersion, nämlich das Dauerbad als therapeutisches Mittel, so könnte man auch von einem visuellen Dauerbad, von andauernder Selbstbespiegelung mittels Prothesen sprechen: Die Webcam, das digitale Fotoalbum, die Foto-Ranking-Archive (z. B. [www.hotornot.com](http://www.hotornot.com)) sind freiwillige Selbstkontrolle und exhibitionistische Neugier, um mit anderen eine Gemeinschaft zu bilden.

Der allseits und allerorts verfügbare Blick auf den User, in sein/ihr Wohn- oder Schlafzimmer, in sein/ihr Fotoalbum bringt nicht nur den Begriff des Privaten in neue Dimensionen, sondern verändert auch unsere kulturellen Vereinbarungen über das, was Intimität darstellt. Damit sind neue Selbstdarstellungsformen, eine «Prostitution des Privaten» (Tholen 2002, 152), angesprochen, die man schon in den alten Medien bei den Affekt-Talkshows der privaten TV-Sender oder den televisuellen *Big-Brother*-Formaten studieren kann.

Das interdisziplinäre Projekt *Visuelle Kultur* knüpft insofern an das Programm der *Cultural Studies* an, als es in der Tradition von John Fiske (2001; siehe auch Lutter/Reisenleitner 2002; Bromley/Göttlich/Winter 1999) die Populär- und Alltagskultur in den Mittelpunkt der Analyse von Geschichte und Entwicklung von Fotografien im Internet stellt (vgl. den Beitrag von Winter in diesem Band). Öffentlichkeit, so könnte man vermuten, bekommt jene multiperspektivischen und multikulturellen Akzente, weil jetzt im Internet erstmals auch Bevölkerungsschichten daran teilnehmen, die bisher ausgeschlossen waren. *Visuelle Kultur* ist ein Feld, in dem die Kulturpraktiken des Bildermachens, Bilderarchivierens und Bilderverbreitens in Verbindung gebracht werden mit der Veränderung der Diskurspraktiken (verstanden als Einheit von institutionellen, ideo-

logischen, medialen, geschlechtsspezifischen Handlungs- und Entscheidungsmustern). Von zentralem Interesse sind hier demnach die Verschränkungen von verschiedenen ästhetischen Milieus und historischen wie gegenwärtigen Bild- bzw. Blickkulturen.

Dieser Diskurs ist eine Einladung, die ungeheure Mächtigkeit der Bilder im Privaten zu beschreiben als eine Mobilmachung von Bildern im Gefüge verschiedener Medien. Und er regt an, der Frage nachzugehen, ob das Feld der neuen Freiheit der Fotografie nicht lediglich auf Kontrolle aufbaut.

## ANMERKUNGEN

- 1 Ich danke Gunnar Schmidt für Diskussionen und Anregungen zu diesem Beitrag.
- 2 In einem Beitrag der Tagesthemen (22.3.2003) wurden Militär-Experten eingeladen, CNN-Bilder zu analysieren, siehe auch Adelman (2004).
- 3 Bereits 20 Jahre vor Spielbergs Film (die Idee dazu stammt von Stanley Kubrick) hatte *Blade Runner* von Ridley Scott (USA 1982; Director's Cut 1991) eine ähnliche Thematik: die Vermenschlichung der Maschine und die Unsicherheit über ihren humanen oder nicht-humanen Charakter – was schließlich darin mündet, dass das Bild wichtiger ist als die <Wahrheit> über die Figur.
- 4 Dazu hat das Zentrum für Kunst und Medien (ZKM) in Karlsruhe 2001/02 eine umfangreiche Ausstellung gezeigt (Levin/Frohne/Weibel 2002).
- 5 Die Techniken und Apparate rücken auf den Körper vor, oder wie Claudia Benthien (2001, 320) schlussfolgert: «Der Mensch muss sich sozusagen mit Technik bekleiden, um nicht länger nackt zu sein.»
- 6 Ernst (2002, 136f.) weist auf neue sprachliche Vereinbarungen im Internet hin, ohne jedoch die Strukturen genauer zu analysieren.
- 7 In Deutschland wurde die Ausstellung von der Bundeszentrale für Politische Bildung organisiert; gezeigt wurden 500 der ca. 7000 Fotografien der New Yorker Original-Ausstellung.



## LITERATUR

- Adelmann, Ralf (2004), Zwischen Kontrolle und Retro-Kontrolle. Das Videografische im televisuellen Diskurs. Vortrag, Symposion Infame Bilder, Synema. Wien, 14.–16.05.2004.
- Belting, Hans (2001), Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. München: Fink.
- Benthien, Claudia (2001), Die Epidermis der Kunst. Stelarc's Phantasmen, in: Gendolla, Peter (Hrsg.), Formen interaktiver Medienkunst. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 319–339.
- Bollmann, Stefan (1995), Vorwort. Von einem Kursbuch Neue Medien, in: ders. (Hrsg.), Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 9–23.
- Bromley, Roger/Udo Göttlich/Carsten Winter (Hrsg.) (1999), Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen.
- Burgin, Victor (1999), Jennis Zimmer, in: Schade, Sigrid/Georg C. Tholen (Hrsg.), Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien. München: Fink, 94–103.
- Cottingham, Keith (1995), Fictitious portraits, in: Amelunxen, Hubertus von/Alexis Cassel/Stefan Iglhaut/Florian Rötzer (Hrsg.), Fotografie nach der Fotografie. Dresden/Basel: Verlag der Kunst, 160–165.
- DeLillo, Don (2000, zuerst 1997), Unterwelt. München: Goldmann (Originaltitel: Underworld. New York: Scribner).
- Dubois, Philippe (1998, zuerst 1990), Der fotografische Akt. Versuch über ein theoretisches Dispositiv. Amsterdam/Dresden: Verlag der Kunst (Originaltitel: L'acte photographique et autres essais. Paris: Nathan).
- Dyer, Richard (1998), Idol thoughts. Orgasm and self-reflexivity in gay pornography, in: Mirzoeff, Nicholas (Hrsg.), Visual culture reader. London/New York: Routledge, 504–515.
- Ernst, Wolfgang (2002), Das Rumoren der Archive. Ordnung aus der Unordnung. Berlin: Merve.
- Fiske, John (2001), Cultural Studies und Alltagskultur, in: Winter, Rainer/Lothar Mikos (Hrsg.), Die Fabrikation des Populären. Der John Fiske-Reader. Bielefeld: Transcript, 139–177.
- Flusser, Vilém (2003), Medienkultur. Frankfurt a. M.: Fischer (3. Aufl.).
- Foucault, Michel (1988), Technologies of the self, in: Martin, Luther M./Huck Gutman/Patrick H. Hutton (Hrsg.), Technologies of the self. A seminar with Michel Foucault. Amherst: University of Massachusetts Press, 16–49.
- Fusco, Coco (1998), The other history of intercultural performance, in: Mirzoeff, Nicholas (Hrsg.), Visual culture reader. London/New York: Routledge, 363–371.

- Groys, Boris (1999), *Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie*. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Jones, Amelia (2003), Introduction. Conceiving the intersection of feminism and visual culture, in: Jones, Amelia (Hrsg.), *The feminism and visual culture reader*. London/New York: Routledge, 1–7.
- Kemp, Wolfgang (Hrsg.) (1980), *Theorie der Fotografie*. Band 1: 1839–1912. München: Schirmer/Mosel.
- Levin, Thomas Y./Ursula Frohne/Peter Weibel (Hrsg.) (2002), *CTRL Space. Rhetorics of surveillance from Bentham to Big Brother*. Karlsruhe: ZKM/MIT Press.
- Lovink, Geert/Pit Schultz (1997), Anmerkungen zur Netzkritik, in: Münker, Stefan/Alexander Roesler (Hrsg.), *Mythos Internet*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 338–367.
- Lummerding, Susanne (2003), Cyberspace oder die Konvergenz von Phantasma und Symptom, in: Mörtenböck, Peter/Helge Mooshammer (Hrsg.), *Visuelle Kultur. Körper – Räume – Medien*. Wien: Böhlau, 177–189.
- Lutter, Christina/Markus Reisenleitner (2002), *Cultural Studies. Eine Einführung*. Wien: Löcker.
- Lyotard, Jean-François (1985), *Immaterialität und Postmoderne. Gespräche*. Jean-François Lyotard mit Jacques Derrida. Berlin: Merve.
- Mannoni, Laurent (2002), Geburt und Kommerzialisierung der Chronophotographie, in: Dewitz, Bodo von/Werner Nekes (Hrsg.), *Sehmaschinen und Bilderwelten. Ich sehe was, was du nicht siehst! Die Sammlung Werner Nekes*. Göttingen: Steidl, 362–378.
- Mirzoeff, Nicholas (1998), What is visual culture?, in: ders. (Hrsg.), *Visual culture reader*. London/New York: Routledge, 3–13.
- Mirzoeff, Nicholas (1999), *An introduction to visual culture*. London/New York: Routledge.
- Mulvey, Laura (2003), Visual pleasure and narrative cinema, in: Jones, Amelia (Hrsg.), *The feminism and visual culture reader*. London/New York: Routledge, 44–53.
- Oosterbaan, Warna (2002), The images of visual culture. Assumptions, definitions and reality, in: Gierstberg, Frits/Warna Oosterbaan (Hrsg.), *The image society. Essays on visual culture*. Rotterdam: NAi Publishers, 10–21.
- Rajewsky, Irina O. (2002), *Intermedialität*. Tübingen/Basel: Francke.
- Regener, Susanne (2003a), *Das Webcam-Projekt*. Studienprojekt am Institut für Empirische Kulturwissenschaften der Universität Tübingen. <http://www.webcam-projekt.de>.
- Regener, Susanne (2003b), Masken des Bösen. Der Erfurter Amokläufer in den Medien, in: Kümmel, Albert/Erhard Schüttpelz (Hrsg.), *Signale der Störung*. München: Fink, 199–207.
- Regener, Susanne (2004), Facial politics. Bilder des Bösen nach dem 11. September, in: Löffler, Petra/Leander Scholz (Hrsg.), *Das Gesicht ist eine starke Organisation*. Köln: DuMont, 203–224.

- Rogoff, Irit (1999), Wegschauen. Partizipation in der visuellen Kultur, in: *Texte zur Kunst*, Vol. 9, Nr. 36, 98–112.
- Schmidt, Gunnar (2002), *Zeit des Ereignisses. Zeit der Geschichte. Am Beispiel der Multiperspektivität*, in: Chi, Immanuel/Susanne Düchting/Jens Schröter (Hrsg.), *ephemer\_temporär\_provisorisch. Aspekte von Zeit und Zeitlichkeit in Medien, Kunst und Design*. Essen: Klartext, 175–196.
- Sobieszek, Robert A. (1999), *Ghost in the shell. Photography and the human soul 1850–2000*. Cambridge/London: MIT Press.
- Starl, Timm (1995), *Knipser. Die Bildgeschichte der privaten Fotografie in Deutschland und Österreich von 1880 bis 1980*. München: Stadtmuseum.
- Theweleit, Klaus (2002), *Der Knall. 11. September, das Verschwinden der Realität und ein Kriegsmodell*. Frankfurt a. M./Basel: Stroemfeld/Roter Stern.
- Tholen, Georg C. (2002), *Die Zäsur der Medien. Kulturphilosophische Konturen*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Turkle, Sherry (1999, zuerst 1995), *Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (Originaltitel: *Life on the screen. Identity in the age of the internet*. New York: Simon & Schuster).