

Kevin Pauliks / Jens Ruchatz

Bildkritik durch Bilder

Soziale Medien als Ort einer
praxeologischen Medienphilosophie

HERBERT VON HALEM VERLAG

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) –
Projektnummer: 421460278.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.de> abrufbar.

Kevin Pauliks / Jens Ruchatz
Bildkritik durch Bilder.
Soziale Medien als Ort einer praxeologischen Medienphilosophie
Köln: Halem 2025

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche
Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2025 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-649-9

ISBN (PDF): 978-3-86962-650-5

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Boisseréeestr. 9-11, 50674 Köln
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
UMSCHLAGSABBILDUNG: Dito Von Tease (ditovontease@libero.it)
LEKTORAT: Rabea Wolf, Anna Ohde
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	EINLEITUNG	15
1.1	Von der sprach- zur bildförmigen Bildkritik	20
1.2	Koordinaten zur (Medien-)Geschichte bildförmiger Bildkritik	26
1.3	Das Soziale und das Mediale der Sozialen Medien	35
1.4	Soziales Medienwissen digitaler Bilder theoretisieren	41
2.	DIE METHODE DER BILDPRAXEOGRAFIE	46
2.1	Screenshots sammeln und codieren	48
2.2	Bildpraktiken beschreiben und analysieren	51
3.	BILDPRAKTIKEN BILDFÖRMIGER BILDKRITIK	54
3.1	Bearbeiten am Beispiel von <i>Trump in Peach</i>	54
3.1.1	<i>Politische Memes als Sozialkritik</i>	54
3.1.2	<i>Memeing als performative Medienkritik</i>	60
3.1.3	<i>Politische Bildkritik von Trump in Peach</i>	67
3.2	Imitieren am Beispiel von <i>@celestebarber</i>	68
3.2.1	<i>Kritik an Kanye, Juergen & Kim</i>	68
3.2.2	<i>Imitation des Influencens</i>	74
3.2.3	<i>Spiegelung des Selbst als Selbstkritik</i>	80
3.3	Beschriften und Taggen am Beispiel von <i>#instagramvsreality</i>	82

3.3.1	<i>Instagram und die Realität</i>	83
3.3.2	<i>Vergleichen von Bildern durch Bild und Schrift in Instagram</i>	85
3.3.3	<i>Bildkritische Hashtags auf Instagram</i>	94
3.4	<i>Kuratieren am Beispiel von Insta Repeat</i>	96
3.4.1	<i>Reisefotografie und Werbung von Instagram-Influencern</i>	96
3.4.2	<i>Kuratieren von Kuratierungen als bildförmige Selbstkritik</i>	101
3.4.3	<i>Wiederholen von Wiederholungen als bildförmige Kulturkritik</i>	105
3.5	<i>Zusammenschau: bildkritische Bildpraktiken als Bausteine einer Praxistheorie des digitalen Bildes in den Sozialen Medien</i>	112
3.5.1	<i>Was an Bildern in den Sozialen Medien kritisiert wird</i>	114
3.5.2	<i>Wie User Bilder in den Sozialen Medien theoretisieren</i>	117
4.	INVENTAR BILDKRITISCHER BILDPRAKTIKEN IN SOZIALEN MEDIEN	121
4.1	<i>#BlackoutTuesday</i>	122
4.2	<i>#DollyPartonChallenge</i>	126
4.3	<i>Anti-Memes</i>	130
4.4	<i>Anti-Selfies</i>	133
4.5	<i>Deep Fried Memes</i>	137
4.6	<i>Disaster Girl</i>	140
4.7	<i>Disintegration Effect</i>	144
4.8	<i>Fake History</i>	147
4.9	<i>Increasingly Verbose Memes</i>	151
4.10	<i>Memes Then, Memes Now</i>	155
4.11	<i>Photographed by Juergen Teller</i>	157
4.12	<i>Photoshop Requests</i>	162
4.13	<i>Selfie Dad</i>	166
4.14	<i>Stocking</i>	170
4.15	<i>Terrible Real Estate Agent Photographs</i>	175
4.16	<i>The Situation Room</i>	179
4.17	<i>Things I Have Drawn</i>	182
4.18	<i>Weird AI Generations</i>	187

4.19	Worst of Chefkoch	190
4.20	Yolocaust	195
5.	GLOSSAR	198
5.1	Praktiken	198
5.2	Plattformen	201
5.3	Formen	203
6.	QUELLENVERZEICHNIS	205
6.1	Literatur	205
6.2	Abbildungen	218
	DIE AUTOREN	225

1. EINLEITUNG

An Kritik des digitalen Bildes, insbesondere seiner Erscheinungsformen in den Sozialen Medien, mangelt es wahrlich nicht.¹ Die unüberschaubare Masse digitaler Bilder wird ebenso moniert wie die ihnen vorgeworfene Verfälschung der Wirklichkeit oder die Bedienung niederer Triebe und Gelüste. In Bezug auf den Bildkonsum, der nunmehr eher dem Fernsehen als wahrhaft sozialen Medien entspreche, wird sogar behauptet, »dass die goldenen Zeiten von Social Media vorbei sind« (Ingrid Brodnig zitiert nach BREIT 2024). Um diese Defizite zu konstatieren und vor ihnen zu warnen, scheint es geradezu zwingend das Medium zu wechseln und in den Modus der Schrift überzugehen: In Zeitung, Zeitschrift und Buch, manchmal auch in deren digitalen Entsprechungen oder in Blogs lässt sich formulieren, was an den neuen Bildern nicht in Ordnung ist. Damit wird an eine lange Tradition angeschlossen, in der das Bild aus der Warte der Schrift abgeurteilt wurde, deren Maßstäben das Medium Bild nicht zu genügen schien. Wenn etwa die Flut der technisch reproduzierbaren Bilder beklagt wird, so ließe sich dies freilich analog für die per Druck massenhaft vervielfältigte Schrift monieren (vgl. GEIMER 2009: 139–169; RUCHATZ 2012a). Lobende Texte finden sich ebenso, bilden aber eher eine Ausnahme, denn letztlich bedarf es ihrer auch gar nicht, weil die Bildpraxis sowieso unbeeindruckt von der verbal geäußerten Kritikflut weiterläuft.

Die Bildkritik an den Sozialen Medien richtet sich häufig auf die dort als typisch angesehenen Praktiken. So wurde etwa das Selfie als eine ver-

1 Im Folgenden wird ›Soziale Medien‹ durchgängig großgeschrieben, um parallel zu ›Social Media‹ die Eigenständigkeit des Begriffs zu betonen, so wie es sich in der Medien- und Kommunikationswissenschaft etabliert hat, um Soziale Medien nicht als sozialer als andere Medien bewerten zu müssen (vgl. BRANTNER et al. 2020: 9, Fn. 1). Siehe zur Sozialität der Sozialen Medien Kap. 1.3.

breitete und mittlerweile längst normalisierte Bildform der Sozialen Medien nicht selten zum Inbegriff der Social-Media-Fotografie insgesamt erhoben und als Symptom einer generell übersteigerten Narzissmus fördernden oder wenigstens anzeigenden Bildkultur diagnostiziert (vgl. GUNTHERT 2018).

Dass Bilder selbst solche Bildkritik ermöglichen, zeigt etwa der Digitalkünstler Dito Von Tease mit seiner Serie *Classicool*, die das Bildphänomen des Selfies spielerisch aufgreift. In der Serie werden bekannte Kunstwerke wie Leonardo da Vincis *Mona Lisa* (italienisch: *La Gioconda*), Johannes Vermeers *Mädchen mit dem Perlenohrring* (niederländisch: *Meisje met de parel*) und René Magrittes *Der Menschensohn* (französisch: *Le fils de l'homme*) aufgegriffen und in die Sozialen Medien überführt, indem den Figuren typische Selfie-Posen verpasst werden (Abb. 1). Dem Digitalkünstler zufolge ist das »selfie phenomenon [...] not only linked to narcissism of post-modern society, but also to technological availability«.² Der narzisstische Gestus des Selfies einerseits und die technologische Ubiquität digitaler Fotografie andererseits versucht Von Tease mit seinen digitalen Bildern zu kritisieren.

ABBILDUNG 1

Screenshot von *Der Menschensohn* nach Dito Von Tease auf Instagram



2 Die Bilder und die Beschreibung sind einsehbar unter folgender URL: <https://www.ditovontease.com/artworks/classicool> (04.09.2023).

In der digitalen Verarbeitung von Magrittes Gemälde kommt die Bildkritik am Selfie besonders gut heraus, weil sich *Der Menschensohn* bereits als Bildkritik am Selbstporträt interpretieren lässt. Magritte malte das Bild im Jahr 1964 für seinen Freund Harry Torczyner, der von dem surrealistischen Maler ein Selbstporträt erbeten hatte. In einem Brief an seinen Freund berichtete Magritte ein Jahr zuvor von seinem Problem mit dem Porträt:

»Your idea for ›a portrait of the artist‹ poses a ›problem of conscience‹ for me: I have (on three occasions) depicted myself in a picture, but the original idea was always of the picture, not of a portrait. I can (or rather, I could) paint portraits starting with the idea of a portrait, but if it is a question of me, of my visual appearance, it presents a problem I am not sure I can resolve. I must necessarily confront it, since it has now been posed« (MAGRITTE/TORCZYNER 1994: 86).

Für Magritte stellt das Selbstporträt eine Gewissensfrage dar, die er nicht leicht beantworten kann. Ein Grund dafür könnte sein, dass sich der Künstler nicht auf Kosten des Werks als Person in den Mittelpunkt seines Bildes drängen möchte. Magrittes Lösung ist deshalb, sein Selbstbild zu einem gewissen Grad zu verdecken. Dazu malt er einen grünen Apfel vor das Gesicht der Figur, die dadurch jede beliebige Person sein kann, nicht nur Magritte selbst (vgl. VALLEAU 2006). Zwar ist Magritte an der Melone zu erkennen, die er aber gerade deshalb – als eine Art Markenzeichen – trug, weil er nach eigenem Bekunden hoffte, dass diese Art von unpersönlicher Kleidung seine Individualität reduzieren würde: »It is a headdress that is not original. The man with the bowler is just middle class man in this anonymity. And I wear it. I am not eager to singularize myself« (Magritte zitiert nach o. A. 1966: 117). Mit der Melone und dem Apfel strebt Magritte also an, sein Selbstporträt gewissermaßen zu anonymisieren, um als Person hinter das von ihm hervorbrachte Kunstwerk zurückzutreten. Sein Selbstporträt lässt sich insofern als bildförmige Bildkritik an Selbstporträts verstehen.

Von Tease überführt das Selbstporträt in die Sozialen Medien, um das Selfie mit einem ›Selfie‹ zu hinterfragen. Das digitale Bild greift den Mann mit der Melone und dem Apfel wieder auf, verändert die Figur aber an einer zentralen Stelle: Während in Magrittes Malerei die Arme der Figur quasi am Körper kleben, sind sie in Von Teases digitaler Fassung ausgestreckt. Bei Magritte lässt sich die Positionierung der Arme im Vergleich zu anderen Selbstporträts als Verweigerungsgeste interpretieren, sich selbst zu malen. Von Tease drückt damit hingegen die oben erwähnte Verfügbarkeit von Fotografie aus, die Smartphones, Digitalkameras und andere digitale Technologien mit sich bringen. Denn die ausgestreckten Arme lassen sich

zumindest im Zeitalter der Sozialen Medien unmissverständlich als Selfie-Geste betrachten (vgl. FROSH 2019: 123).

In den Hashtags wird das digitale Bild nicht nur als #selfie bezeichnet, sondern auch zu den #classicalartmemes gezählt. Damit sind Internet-Memes gemeint, die sich Malerei aneignen, aber gewöhnlich das Bild mit Text beschriften, um es in einen Bedeutungszusammenhang zu stellen. Bis auf die Hashtags und den Titel wird das digitale Bild zwar nicht beschriftet, es handelt sich aber um eine parodistische Imitation des Selfie-Schießens, die sich Magrittes Malerei memetisch aneignet. Da Von Tease auf eine gemalte Problematisierung von Selbstporträts zurückgreift, gerät allerdings die Smartphone-fotografische Spezifik des Selfies aus dem Fokus. Jedem Selbstbild wird ungeachtet des Mediums Selbstverliebtheit unterstellt. Das Selfie wäre dann nur eine aktuellere und durch die technische Implementierung einer *front-facing camera* im Smartphone leichter zugängliche Praktik, in der sich dieselbe psychische Motivation realisiert.

Dass Von Tease *Der Menschensohn* mit Selfies in Verbindung bringt, verwundert wenig. Schon einige Jahre zuvor ist die Verbindung zum Selfie durch den *Anti-Selfie*-Account auf Instagram hergestellt worden, der gegen die digitale Selbstfotografie mobilisieren wollte. *Der Menschensohn* wurde dort als *der* ultimative Ursprung von *Anti-Selfies* bezeichnet (Abb. 2), die sich dadurch auszeichnen, dass die abgebildeten Personen ihre Gesichter verdecken. In den zahlreichen von Usern eingesandten *Anti-Selfies*, die der Account von 2014 bis 2015 kuratierte (Kap. 4.4), nutzen die sich Porträtierenden ihre Hände, Gegenstände oder auch digitale Filter, um sich selbst zu anonymisieren. Letzteres ist 2014 durch eine im Apple-Store herunterladbare App automatisiert worden, die Selfies in *Anti-Selfies* verwandelt. Mit »AnonyFace: the anti-selfie app«³ lassen sich jedem Porträtfoto digitale Bildobjekte hinzufügen, die die Gesichter der User partiell verdecken und damit unkenntlich machen. Eines dieser digitalen Bildobjekte ist Magrittes berühmter Apfel, der in diesem Kontext zudem als Kritik an dem Unternehmen Apple verstanden werden kann, das mit der Entwicklung des iPhones maßgeblich zur Popularisierung der Selbstfotografie beigetragen hat (vgl. WIRTH 2018: 222). Das iPhone wird mithilfe der App

3 Die Beschreibung der App ist einsehbar unter folgender URL: <https://appadvice.com/app/anonyface-anti-selfie-app/868093937> (12.03.2024).

nun dazu genutzt, die Selbstfotografie selbstreflexiv zu kritisieren, anstatt zu zelebrieren.

ABBILDUNG 2

Screenshot von *Der Menschensohn* auf dem Instagram-Kanal @antselfieofficial



Im Anschluss an das Ausgangsbeispiel lässt sich erkennen, dass Kritik an Bildern auch außerhalb von Sprache praktiziert wird. Bilder sind insofern nicht nur grundsätzlich in der Lage Kritik an Bildern zu üben, sie werden auch heute immer wieder zu diesem Zweck eingesetzt. Die auf bildförmige Kommunikation ausgerichteten Sozialen Medien bilden hierfür aktuell eine besonders populäre und gut sichtbare Plattform. Medienphilosophisch lässt sich daraus ableiten, dass in und mit Sozialen Medien nicht nur sprachlich, sondern bildlich kritisch über Bilder und Bildpraktiken nachgedacht wird. Dieses in den Sozialen Medien vorfindliche Wissen über Bilder interessiert hier als Baustein zu einer autologischen Bildtheorie des digitalen Bildes – einer Theorie also, die das digitale Bild von der Warte der digitalen Bilder aus in den Blick nimmt.

Um dieses bildimmanente Wissen der Sozialen Medien über Soziale Medien und deren digitale Bildlichkeit herausarbeiten zu können, wird es im Nachfolgenden zunächst darum gehen, bildförmige Bildkritik von sprachförmiger Kritik abzugrenzen. Anschließend ist zu überlegen, wie

die Sozialen Medien, die dem Namen nach Soziales und Mediales in sich verbinden, bildförmige Bildkritik in besonderer Weise ermöglichen. Das Wissen dieser bildförmigen Bildkritik gilt es schließlich in die Sprache der Medienwissenschaft zu übersetzen, um es in den medientheoretischen Diskurs einzuspeisen. In diesem Rahmen werden abschließend Medienphilosophie und Medienpraxeologie verknüpft, um eine methodische Basis zu schaffen, auf der sich die Bildpraktiken beobachten und beschreiben lassen, die ebendiese Bildpraktiken kritisieren.

1.1 Von der sprach- zur bildförmigen Bildkritik

Von der Aufklärung zu einem Zentralbegriff erhoben (FONTIUS 2010: 457ff.), ist ›Kritik‹ eine definierende Praxis der Moderne, weil sie deren Dynamik des kontinuierlichen Wandels antreibt. Aus der Perspektive der praktischen Philosophie verstehen Rahel Jaeggi und Tilo Wesche (2009: 7) Kritik entsprechend als eine grundlegende soziale Praxis, die überall dort stattfindet, wo es möglich ist, anders zu handeln. Kritik ist folglich untrennbar mit Kontingenz verbunden, d. h. mit der Prämisse, dass alles auch anders sein könnte (vgl. MAKROPOULOS 1998: 14). Wie Jaeggi und Wesche (2009: 7) weiter ausführen, stellt »Kritik gesellschaftliche Werte, Praktiken und Institutionen und die mit diesen verbundenen Welt- und Selbstdeutungen ausgehend von der Annahme infrage, dass diese nicht so sein müssen, wie sie sind«. Kritik wird insofern motiviert durch die Aussicht, dazu beizutragen, dass Dinge anders und damit besser gemacht werden könnten. Umgekehrt betrachtet, wird alles, was als kontingent und damit veränderbar wahrgenommen wird, der Kritik unterzogen. Es ist daher folgerichtig, dass auch Bilder – gegenwärtig insbesondere solche in den Sozialen Medien – in Bezug auf ihr Anderssein-Können hin betrachtet werden. Um entsprechend Kritik zu üben, nutzen User zugleich die Spielräume, die ihnen von den verfügbaren Medien gewährt werden – und machen sich damit selbstverständlich wiederum selbst kritisierbar.

Weil die soziale Praxis des Kritisierens so weit verbreitet ist und sich dabei situativ unterscheidet, ist es schwierig, den Begriff der ›Kritik‹ umfassend und zugleich scharf zu definieren. Etymologisch stammt ›Kritik‹ vom griechischem *kritikē* ab, das so viel bedeutet wie »Kunst des Unterscheidens und Urteilens« (HUBER et al. 2007: 7). Dies deutet darauf hin, dass Kritik nicht nur in Zusammenhang mit Kontingenz, sondern auch

mit Differenz steht. Etwas zu kritisieren, bedeutet, etwas (von etwas anderem) zu unterscheiden, z. B. eine Situation von einer vermeintlich besseren Situation, eine Handlung von einer alternativen Handlungsmöglichkeit, eine Äußerung von einer anderen Aussage usw. Der Kritikbegriff (französisch: *critique*) wurde seit dem 18. Jahrhundert »als Ausdruck des (zuerst in Frankreich beginnenden) ästhetischen Kunstrichtertums« (PFEIFER 1993) verwendet. Die Profession des Kunstrichters etablierte sich um diese Zeit durch »das Laienurteil des mündigen oder zur Mündigkeit sich verstehenden Publikums« (HABERMAS 1990: 103). Habermas verortet hierin die initiale Herausbildung der bürgerlichen Öffentlichkeit, denn es war nun Nichtkünstlern möglich, Kunst zu beurteilen, so wie es Kunstrichter im Namen des Publikums taten. Die im periodischen Medium der Zeitschrift sich vollziehende kritische Verständigung über Kunst diente als Trainingsfeld für eine sich thematisch immer weiter ausdehnende und differenzierende Praxis öffentlicher Kritik.

Auf die Ausdifferenzierung des Kritikbegriffs weist Raymond Williams (1983: 84f.) hin:

»Criticism has become a very difficult word, because although its predominant general sense is of fault-finding, it has an underlying sense of judgment and a very confusing specialized sense, in relation to art and literature [...].«

Williams zufolge (1983: 85) haben sich das Fehlerfinden und -beurteilen als dominante Bedeutung des Kritikbegriffs über die Jahre hinweg durchgesetzt. Eine praktische Arbeitsdefinition von »Kritik« kann deshalb das Finden von Fehlern in Verbindung mit deren Be- und häufig sogar Verurteilung sein.

Indem sie Fehler identifiziert, setzt Kritik die kritisierte Wirklichkeit als kontingent, als anders möglich und damit veränderbar, aber eben auch appellativ als zum Besseren zu verändern. In dem Maße, in dem Kritik zu wissen meint, wie es besser sein sollte, blendet sie allerdings die Kontingenz ihrer eigenen Position aus: Sie misst die Wirklichkeit gewissermaßen an einem Maßstab, den sie – als Bedingung des Urteilens – häufig als selbst nicht kritisierbar wahrnimmt. Nach Luhmann (1995) ist der Kritiker daher einer, »der es besser weiß« (ebd.: 156), weil er »später denkt als andere, also über schon Gedrucktes oder schon Fertiggestelltes rasonnieren kann« (ebd.: 163). Er »gibt zu erkennen, daß er weiß, woran es fehlt. Die Kritik hat insofern, obwohl sie fremdreferentiell operiert, eine stark selbstreferentielle Komponente« (ebd.: 162). Kritik beobachtet insofern nicht nur Anderes, nämlich Ausschnitte der sozialen Wirklichkeit, sondern affirmiert

dabei – anders als schlichte Beobachtung zweiter Ordnung – zugleich ihren *eigenen* Standpunkt, von dem aus sie überhaupt erst Fehler finden kann. Es gilt deswegen, die Kritik selbst auf ihre eigene Beobachterposition, ihre Unterscheidungen und Prämissen hin zu prüfen. In diesem Sinn hat Philip Smallwood (1996: 552) vorgeschlagen, Literaturkritik normativ darauf zu verpflichten, »that criticism is only criticism when its own nature (and definition) is up for inspection. In other words it is criticism only when its own status, attitudes, principles, existence even are being questioned and put to the test«. Mit Luhmann darf man annehmen, dass solch eine selbstkritische Beobachtung des Kritisierens eher unüblich ist, weil Kritik damit ihr Fundament zur Disposition stellt. Unser Ziel besteht im Folgenden darin, die in bildkritischen Bildern formulierte Kritik nicht zu kritisieren, sondern in Beobachtung zweiter Ordnung in ihren Voraussetzungen, insbesondere in ihrer medienpraktischen Herstellung, zu beobachten. Indem Kritik *in Bildern* beobachtet wird, richtet sich das Augenmerk besonders auf die medialen Bedingungen des Kritisierens von Bildern, die gerade dann nicht trivial sind, wenn die Medienkritik aus Perspektive der Schrift erfolgt.

Kritik nimmt meistens eine sprachliche oder schriftliche Form an. Habermas (1990: 103) arbeitet heraus, dass im 18. Jahrhundert in den damaligen Salons die »Kunstkritik als Konversation« begründet wurde. Erste Pioniere wie Denis Diderot verfassten daraufhin in sogenannten »Salonberichten« – Besprechungen der offiziellen Kunstausstellungen, die zunächst im Salon Carré des Louvre stattfanden – ihre Kunstkritik. Die Zeitschrift ist zu dieser Zeit zum typischen Medium der Kunstkritik avanciert (vgl. ebd.: 104f.). Kritik war bzw. ist in diesem Zusammenhang ein »»kritisches Sprechen« [oder Schreiben] über einen ästhetischen >Gegenstand«« (RUF 2015: 307), durch das der Wert des einzelnen Werks bestimmt wird, zugleich aber am Exempel häufig auch formuliert wird, was >gute« Kunst sein soll.

Kunstkritik stellt eine spezifische Form der Bildkritik dar. Im weiteren Sinn, in dem die wertende Besprechung von Kunst in Zeitschriften oder im Feuilleton gar nicht vorkommt, unterscheidet Jörg Huber (2007: 95ff.) drei Formen: Erstens führt Huber an, wie konkrete Bildobjekte als Gegenstand einer kritisch interpretierenden Betrachtung herausgegriffen werden, um der Bildung und Unterhaltung zu dienen. Es gehe schlicht darum, »das Bild zu verobjektivieren, über es zu reden, es zu deuten und zu beurteilen und dies oft im Rahmen normativer Vorgaben, ohne die Kontexte und Voraussetzungen ernsthaft mit zu bedenken« (ebd.: 96).

Beispielsweise werden in Kunsthochschulen Werke von Studierenden präsentiert und von Lehrenden bewertet. Im kunstgeschichtlichen Studium gibt es eine lange Tradition der Doppelprojektion, die z. B. in einer Vorlesung dazu dient, Bilder miteinander zu vergleichen und deren Unterschiede aufzuzeigen. Die Doppelprojektion wird auch medienvergleichend eingesetzt, um beispielsweise die Bildlichkeit von Malerei und Fotografie gegenüberzustellen (vgl. BADER 2006: 75). Das Erfahren von Kunstwerken im Museum kann unter Kunstkritik zählen, wenn der Blick auf die Originale durch ein Ausstellungskonzept oder Begleitmaterialien spezifisch ausgerichtet wird. In all diesen Fällen dient die Bild- bzw. Kunstkritik der Didaktik. In Kunstmagazinen werden Laien praktische Ratschläge gegeben, wie sich ›gute‹ Bilder von ›schlechten‹ unterscheiden und selbst anfertigen lassen. Im Feuilleton werden ›Bilder der Woche‹ präsentiert und besprochen. Häufig sind es persönliche Kommentare und ungewöhnliche Interpretationen, die die Bilder aus der journalistischen Bildmasse hervorheben sollen. In diesen beiden Fällen dient die Bildkritik vorrangig der Unterhaltung.

Neben der didaktischen oder unterhaltenden Betrachtung einzelner Werke zählt Huber unter den Begriff der Bildkritik zweitens das weite Feld einer Forschung, die Bilder nicht nur als ›Inhalte‹ ansieht, sondern darauf abzielt dabei herauszufinden, wie Bilder als Medien funktionieren und Sinn generieren, wie mit diesen also gedacht und Wissen dargestellt werden kann. Gottfried Boehm (2016) begreift beispielsweise die Kunst- bzw. Bildwissenschaft explizit als Bildkritik. In diesem Sinne geht es Boehm (2016: 250ff.) um die »ikonische Differenz«, d. h. wie sich Bilder von anderen Bildern und nicht zuletzt auch von »Nichtbildern« (ebd.: 250), etwa Sprache, unterscheiden. Der Kritikbegriff wird hier in einer ursprünglichen, eher ›unkritischen‹ Art und Weise verwendet, insofern es in dieser Form der Bildkritik nicht um normative Wertungen geht, sondern um die Unterscheidung des Bildes von anderen Medien wie der Sprache. »Die Grundlagen der Bildkritik sollten aus den Phänomenen selbst gewonnen werden« (ebd.: 248), den Bildern, wenngleich die ikonische Differenz in der Sprache der Bildwissenschaft vollzogen wird. Für Huber (2007: 97) ist daran problematisch, dass wieder nur »über Bilder geredet und geschrieben« wird und somit sowohl die erste als auch zweite Form »Bildkritik als Verobjektivierung, Versprachlichung und Vertextung von Bildern, d. h. in Form von Bildlektüren« vollzieht.

Allerdings identifiziert Huber (2007: 97) noch eine dritte Form, die bislang noch wenig erforscht sei: Bildkritik durch Bilder. In dieser Form sind Bilder einerseits der Inhalt und andererseits das Medium der Bildkritik. Laut Huber (2007: 99) handelt es sich um »Kritik insofern, als das Bild den Blick auf etwas (er)öffnet, das üblicherweise verdeckt ist und im (sich) Zeigen des Bildes ein Unterscheiden erlaubt«. Bildförmige Bildkritik, wie diese dritte Form von uns im gleichnamigen DFG-Forschungsprojekt benannt wurde, macht etwas über Bilder mit Bildern sichtbar, z. B. durch die Montage (Kap. 3.1) oder die Collage (Kap. 3.2). Die Kritik lässt sich entweder explizit oder auch implizit mit Bildern zeigen. Bilder können explizit darstellen, was sie an anderen Bildern kritisieren, z. B. durch die Kontrastierung zweier Bilder, um den Schönheitsidealen der Sozialen Medien ungeschönte, alltägliche Aufnahmen gegenüberzustellen (Kap. 3.3). Die Bildkritik ist im Bild häufig auch nur implizit angelegt, sodass sie von den Betrachtern erst erkannt und realisiert werden muss, während sprachförmige Kritik in den meisten Fällen explizit ausformuliert wird. Das, was kritisiert wird, ist dann eng verwoben damit, wie kritisiert wird, z. B. in Instagram durch das Kuratieren ähnlicher Bilder in Bildern, die sich selbst ähneln (Kap. 3.4).

Dass die literarische Form beim Kritisieren dominiert, schließt nicht aus, dass auch andere Medien wie Bilder eigene Formen der Medienkritik hervorbringen können, insofern »images are themselves capable of becoming critical tools« (DIDI-HUBERMAN 2017: 260). Während Kritik in schriftlicher oder mündlicher Form als »Metasprache« (BARTHES 2006: 120) bezeichnet werden kann, ist die bildförmige Bildkritik parallel dazu als »Metabild« zu verstehen, das in der Lage ist, zu zeigen, was Bilder sind. Unter der Berücksichtigung, dass es sich bei diesem »self-knowledge« der Bilder häufig um eine Selbstinszenierung handelt, ist davon auszugehen, dass Metabilder nicht zwangsläufig wissen, was Bilder wesentlich *sind*, aber eine Idee oder genauer gesagt: eine Theorie davon haben, wie Bilder *sein sollten* (vgl. MITCHELL 1995: 57). Gerade diese Möglichkeit, zu zeigen, wie es anders sein kann, macht Metabilder zu einem praktischen Medium für Kritik. Mit W. J. T. Mitchell (1995: 82) kann das Kritisieren von Bildern mit Bildern als eine Form von bildförmiger Bildtheorie begriffen werden, die darauf abzielt, Fehler zu finden und auszustellen. Um Bilder zu theoretisieren, sind Metabilder dabei keineswegs dem Kunstsystem exklusiv oder auf das Medium Sprache angewiesen, wie Mitchell (1995: 82) weiter ausführt:

»The metapicture is not a subgenre within fine arts but a fundamental potentiality inherent in pictorial representation as such: it is the place where pictures reveal

and ›know‹ themselves, where they reflect on the intersections of visibility, language, and similitude, where they engage in speculation and theorizing on their own nature and history. As the words ›reflection,‹ ›speculation,‹ and ›theory,‹ indicate, there is more than a casual relation between visual representation and the practice called theorizing (theoria comes from the Greek word ›to see‹). We tend to think of ›theory‹ as something that is primarily conducted in linear discourse, in language and logic, with pictures playing the passive role of illustrations, or (in the case of a ›theory of pictures‹) serving as the passive objects of description and explanation. But if there is such a thing as a metalanguage, it should hardly surprise us that there is such a thing as a metapicture. Our search for a theory of pictures may best be advanced by turning the problem upside-down to look at pictures of theory.«

Eine Bildtheorie in Form von bildförmiger Bildkritik lässt sich mit Niklas Luhmann (1996: 17) als eine besondere, da wertende Beobachtung zweiter Ordnung beschreiben, d. h. als eine Beobachtung über eine Beobachtung. Mitchell (1995: 37f.) zufolge sind Metabilder »capable of reflection on themselves, capable of providing a second-order discourse that tells us – or at least shows us – something about pictures«. Das macht Metabilder zu einem Medium der Medienkritik, die sich nach Joan Kristin Bleicher (1997: 77f.) dadurch auszeichnet, dass sich Medien gegenseitig beobachten. Mit Peter Orlik (2016: 64ff.) lässt sich spezifizieren, dass es sich bei bildförmiger Bildkritik um »medium criticism« handelt, die die medialen Bedingungen des digitalen Bildes wie seine Ubiquität, Pixelhaftigkeit, Repetitivität oder Manipulierbarkeit in den Blick nimmt, im Unterschied etwa zu bildförmiger Sozialkritik, die als »message criticism« die gesellschaftspolitischen Sujets, die in Bildern dargestellt werden, angreift.

Gewöhnlich bleibt die Kritik dem Medium, in dem die Kritik stattfindet, gegenüber blind, weil sich Beobachtende während des Beobachtens nicht selbst beobachten können (vgl. LUHMANN 1995: 96). Bildförmige Bildkritik zeichnet sich dadurch aus, dass sie für die Medienbeobachtung nicht das Medium wechselt, sondern im selben Medium Bild verbleibt, wobei freilich verschiedene Bildmedien im Spiel sein können. Das Beobachten zu beobachten, d. h. zu prüfen, wie kritisiert wird, macht eine Beobachtung der bildförmigen Bildkritik in dritter Ordnung erforderlich. Um wissenschaftlich anschlussfähig zu sein, muss die bildförmige Bildkritik am Ende allerdings in schriftlichen Diskurs überführt werden, der auch das Fach Medienwissenschaft bestimmt. Wie sich die ›Bildsprache‹ übersetzen lässt, wird weiter unten methodisch-medienphilosophisch vorgestellt.

1.2 Koordinaten zur (Medien-)Geschichte bildförmiger Bildkritik

Den Einstieg in diese Einleitung lieferte nicht einfach ein Social-Media-Bild, sondern eines, das sich an die Bildkritik eines Gemäldes am Porträt anschließt, um eine Bildform der Sozialen Medien, nämlich das Selfie, zu kritisieren. Bilder, die sich mit Bildern auseinandersetzen, sind zweifelsohne in den letzten zwei Jahrhunderten – seit der Epoche, die sich im weiteren Sinne als ›Moderne‹ bezeichnen lässt – zu einer vertrauten Erscheinung geworden. Wie die Kunstgeschichtsschreibung in der jüngeren Vergangenheit zeigen konnte, finden sich selbstreflexive Bilder – im historischen Kontext dann typischerweise Gemälde – bereits seit der frühen Neuzeit (vgl. STOICHITA 1998). Ein Teil dieser selbstreflexiven Bilder trägt zum vor allem in der frühen Neuzeit geführten Wettstreit der Künste bei, dem sogenannten ›Paragone‹, der darauf abzielte, medienvergleichend die spezifische Leistung von Malerei, Skulptur, Dichtung und Musik zu bestimmen und diese daraufhin zu hierarchisieren (vgl. PFISTERER 2017). Die Debatte wurde nicht nur in der Kunstliteratur geführt, sondern eben auch in der Malerei selbst, in der beispielsweise das Potenzial des flächigen Bildes ausgelotet wurde, mit der Allansichtigkeit von Skulpturen zu rivalisieren. Diese künstlerischen Beiträge werden heute als »bewusste theoretische Aussagen« (NOVA 2003: 202), als »gemalte Theorie« (ebd.: 183f., Fn. 2) oder auch als »anschauliche Kunsttheorie« (PFISTERER 2017: 297ff.) gewürdigt und als dem sprachlichen Diskurs ebenbürtige Beiträge zur Diskussion gestellt.

Mit Kay Kirchmann (1994: 23) gesprochen bedeutet »Selbstreflexivität [...] im weitesten Begriffsverständnis [...], daß *etwas als sein eigenes Spiegelbild figuriert*. [...] Das ästhetische Produkt spiegelt sich selbst als ebensolches«. Übertragen auf das Medium Bild ließe sich demnach ausformulieren, dass das selbstreflexive Bild seinen Status als Bild reflektiert. Kennzeichnend für solche Metabilder ist, dass sie »media objects« sind, »that reflect on their own constitution« (MITCHELL 2005: 210), d. h. sie haben medienreflexives Potenzial, insofern sie die Medialität von Bildern beobachten. Medienreflexivität ist in dieser Hinsicht eine kritische Praxis des Vergleichens zum Zwecke der medialen Selbsterkenntnis (vgl. KIRCHMANN/RUCHATZ 2014: 9). Solch eine Reflexion kann sich allerdings nicht pauschal auf das Bild (oder ein anderes Medium) an und für sich richten, sondern muss sich stets auf »eine oder mehrere seiner Konstituenten« (KIRCHMANN 1994: 24) beschränken,

in denen das Bild greifbar wird, etwa seine technische Herstellung, seine semiotische Struktur oder die Dispositive seiner Rezeption.

Wenn also selbstreflexive Bilder eine gewisse Tradition vorweisen können, so sieht es anders mit bildförmiger Bildkritik aus. Wenn Malerei sich mit Malerei befasste, dann ging es vorwiegend darum, die Leistungsfähigkeit der Malerei positiv herauszustellen, gerade auch im Verhältnis zu den anderen Künsten. Zudem dürfte die vergleichsweise geringe Zahl an neu hergestellten Bildern und ihre geringe Zirkulation dazu beigetragen haben, dass die Bildproduktion kaum Ressourcen darauf verwendete, andere Bilder (oder sich selbst als Bild) zu kritisieren.

Eine Ausnahme lässt sich im Motiv des Affen als Maler finden, das seit dem 17. Jahrhundert in der Malerei auftaucht. Der Affe, der als Allegorie der Nachahmung zu verstehen ist, nimmt die Rolle des Malers erst ein, als die gelungene Mimesis nicht mehr als wesentliche künstlerische Leistung wertgeschätzt wird (vgl. ASEMISSEN/SCHWEIKHART 1994: 179), weil nun die Erfindung zum zentralen Wertmaßstab aufgestiegen ist. Der Affe ›äfft‹ den Maler nach, der – im Prozess des Malens – damit befasst ist, etwas Anderes nachzuahmen. Dabei handelt es sich häufig nicht um die noch ungestaltete ›Natur‹, sondern um ein anderes Kunstwerk (und damit prinzipiell um eine Nachahmung), das – im Kunstjargon – ›kopiert‹ wird. Das Motiv des Affen als Maler kritisiert also eine bestimmte Praxis der Malerei, die ihre Erfüllung vor allem in der Nachahmung findet, impliziert durch diese Kritik aber gerade die Möglichkeit, darüber hinauszugehen. Es würde hier zu weit führen, einzelne Realisierungen dieses Bildmotivs *en détail* zu interpretieren (vgl. ASEMISSEN/SCHWEIKHART 1994: 178ff.); entscheidend ist für den interessierenden Zusammenhang allein, dass mit der Figur des malenden Affen eine Eigenschaft kritisch aufgegriffen wird, die der Malerei zur betreffenden Zeit typischerweise zukommt.

Wenn im Folgenden weitere Koordinaten zu nicht nur selbstreflexiven, sondern darüber hinaus auch bildkritischen Bildern eingeführt werden, so kann das Ziel nicht darin bestehen, lückenlos und differenziert eine historische Entwicklung darzustellen. Stattdessen werden punktuell einige prägnante Phänomene knapp vorgestellt, um daran anschließend die besondere Situation der Bildkritik in den Sozialen Medien einzuordnen und ihre Kontinuitäten und Charakteristika einzuschätzen.

Um eine historische Bildpraxis zu finden, in der sich bildförmige Bildkritik früh habitualisiert hat, muss man den Bereich der Malerei verlassen und in den Bereich der Druckgrafik wechseln, der insbesondere in Verbin-

derung mit dem Aufstieg illustrierter Zeitschriften im mittleren Drittel des 19. Jahrhunderts massenmedial geprägt war. Ihren ersten verstetigten und weithin sichtbaren Ort findet die bildförmige Bildkritik in der Bildsatire, insbesondere der Salon-Karikatur, die durch die Lithografie und den in die Zeitschrift integrierten Holzstich weite Verbreitung fand. Ab 1842 etablierte sich in Frankreich, zunächst in der Zeitschrift *Le Charivari*, eine regelmäßige Ausprägung der bildförmigen Kritik des Salons, der jährlich in Paris stattfindenden offiziellen Ausstellung der wichtigsten Maler, der ein bedeutendes gesellschaftliches Ereignis mit hohen Besucherzahlen darstellte (vgl. YANG 2011). Die ausgestellten Gemälde wurden nicht nur in möglichst detaillierten, druckgrafischen Umsetzungen reproduziert, die viel kostspielige Arbeitszeit erforderten und daher eher selten vorkamen, sondern häufiger in größeren Zügen karikiert. Im Medium des Holzstichs ließen sich bei entsprechender Größe und entsprechendem Zeitaufwand grundsätzlich feine und detaillierte Darstellungen erzielen. Die Umsetzung eines Gemäldes in Grafik, die zwingend mit der Verringerung von Details, Texturen und Stofflichkeit einhergeht, lädt jedoch geradezu dazu ein, aus diese Reduktion zur Kritik zu nutzen: Die komplexitätsreduzierte Wiedergabe eines Bildes begünstigt die interpretative Zuspitzung.

Als Gegenstück zur schriftlichen Salon-Kritik, die als Form des Kulturjournalismus schon Mitte des 18. Jahrhunderts von Denis Diderot ab etwa 1759 betrieben worden war, gesellte sich nun eine humoristische Form im Medium des Bildes, die mit dem gleichen Selbstbewusstsein eines kompetenten Kritikers auftrat und den künstlerischen Anspruch der Karikaturisten manifestierte (vgl. YANG 2011). Die grafische Salon-Kritik richtete sich dem Text-Genre der Ausstellungsbesprechung entsprechend vorwiegend auf einzelne Werke, deren Kompositionen durch bewusste Überzeichnung kenntlich und dabei auch humoristisch kritisiert wurden. In diesem Zuge wurden aber unvermeidlich auch Stilrichtungen, Genres und Darstellungsformen bildkritisch auf den Punkt gebracht – von den Darstellungen der Avantgarde bis hin zur akademischen Kunst (vgl. LANGBEIN 2022). Der bildsatirische Modus der Ausstellungsrezension verbreitete sich neben Frankreich auch in Deutschland, England und in den USA (vgl. BACHMANN 2018: 11ff.). Im Laufe des 20. Jahrhunderts wird die grafische, nunmehr von Zeichnungen reproduzierte Ausstellungsrezension weniger, während die Kunstkarikatur als Genre im kleineren Maßstab erhalten bleibt.

Ein besonders instruktives Bildbeispiel zeigt, wozu die Bildsatire als bildförmige Bildkritik im Stande ist. Im *Journal Amusant* vom 6. September

1856 attackiert der Zeichner Marcelin unter dem Titel *À bas la photographie!!!* (Abb. 3) das technische Bildmedium, das mit dem manuell gefertigten Bild in Bereichen wie dem Porträt scharf konkurrierte. Hier Position zu beziehen, lag also im ureigenen Interesse der satirischen Zeichner, zumal die massenhafte Verbreitung von Porträtfotografien seit den 1850er-Jahren für viele Karikaturisten ein gefundenes Fressen war (vgl. WICKY 2019).

ABBILDUNG 3
Scan der Zeitschrift *Journal Amusant*



A BAS LA PHOTHOGRAPHIE !!!



TEXTE ET DESSINS PAR MARCELIN.

Le caricaturiste n'est pas un homme.
La photographie est un homme.
(The caricaturist is not a man, the photograph is a man.)



I.
COMME ON FAISAIT LE PORTRAIT D'UNE DAME ENCORE
ATTENDU.

... Le bon portrait de ses lignes.

Un assés de Versailles, dans une galerie des fleiges
Quand elle s'est par faite par entre ses fléiges, ses fléiges,
l'été, 1811.

espérons, en voir un tableau d'état de la dernière
moult de dix-huitième siècle, représentant une réunion
de personnes célèbres du temps, sous le pinceau de
Carré, au Temple.
Dans un grand salon à proximité de la galerie sculptée,
aux fenêtres hautes donnant sur un jardin, se
presse une foule nombreuse. Au milieu est placé
sur le chariot; le pinceau de Latour-Taxis et méduse de
Coulbert l'éclaircit accablé au-dessus de son lauréat.
Là s'élèvent, le chapeau à l'homme fortissime, accablé au

gallier, sous un soleil d'un groupe de personnes aux
hautes laines. Plus bas, abritée par un parapet
formant un petit salon dans le grand, le marquis de
Lazerbourg et le prince de Clémy déjeunent, un
compagnie d'un habit.
Belle dans un coin de la table, près d'une fenêtre dra-
pée d'un de ses grands rideaux de velours à bandes
d'or qui servent de fonds aux portraits de Rigaud, un
peintre, qui se peut être que Latour; fait le portrait de
madame d'Égmont. A deux mètres sur un sofa, la