

Maria Schreiber, Gerit Götzenbrucker

Körperbilder - Plattformbilder?

Bildpraktiken und visuelle Kommunikation auf Social Media

[PDF]

Abstract (deutsch)

Vernetzte, visuelle Kommunikation in Social Media hat sich in den letzten Jahren stark ausdifferenziert. Digitale Körperbilder werden dabei häufig zu Medien der Wahrnehmung, Reflexion und Kontrolle des eigenen Körpers. Unser Beitrag beleuchtet die Frage, inwiefern die Gestaltung von Körperbildern, meist private Smartphone-Fotografien, durch mediale Spezifika unterschiedlicher Plattformen bzw. Apps mitkonstituiert wird.

Die Basis für eine explorative, empirische Studie bilden 44 semistrukturierte Interviews, die 2015 in Wien geführt wurden. Im Zuge der Interviews wurden 164 Fotos erhoben, wovon etwa die Hälfte Bilder menschlicher Körper zeigen. Diese Fotos bildeten gemeinsam mit den darauf bezogenen Interview-Transkripten den Korpus für rekonstruktive Analysen der Körperbilder und ihrer jeweils spezifischen Einbettung in unterschiedliche Social Media.

Insgesamt zeigte sich, dass die Art und Weise der gezeigten Körperlichkeit und die ästhetische Gestaltung der Bilder eng mit den jeweils antizipierten Publika und den medialen Bedingungen der jeweiligen Software zusammenhängen. Drei Typen von Körperbildern konnten rekonstruiert werden: Konnektive Körperbilder fungieren als Elemente interpersonaler Kommunikation, sind in flüchtige (Text-)Konversationen eingebunden, wichtig im Kontext intimer, kleiner Öffentlichkeiten - etwa wenn ein Kinderbild mit dem abwesenden Partner in einem Messaging-Programm geteilt wird. Im Gegensatz dazu fungieren (re)präsentierende Körperbilder als Elemente der Eindruckssteuerung gegenüber diffuseren Öffentlichkeiten und sind ästhetisch an konventionellen Genres orientiert, etwa Selfies oder Gruppenbilder auf Facebook. Die dritte Kategorie umfasst Körperbilder, die üblicherweise nicht geteilt werden, diese forensisch-explorativen Körperbilder machen Stellen des Körpers sichtbar, die mit bloßem Auge nicht sichtbar sind, etwa Bläschen im Mund.

Abstract (englisch)

Over the past years, networked visual communication on social media has become increasingly differentiated. Hence, digital body pictures are turning into media of perception, reflection and control over the self and the body. Our contribution sheds light on the question how body pictures, mainly personal smartphone-photos, are constitutively shaped through specific requirements of

various platforms and apps.

Our explorative empirical study is based on 44 semi-structured interviews, which we conducted in Vienna in 2015. Alongside the interviews we collected 164 photos, half of them showing human bodies. These body pictures and the related interview transcripts made up our corpus for an in-depth reconstructive analysis of body pictures and their specific embeddedness in various social media.

Overall, we found a strong connection of the ways in which bodies are shaped and presented in pictures, the respective anticipated audiences and the structural requirements of the software. We reconstructed three types of body pictures. First, Connective body pictures, which function as elements of interpersonal communication. They are embedded in ephemeral conversations and become relevant in intimate, small publics, for example when a picture of a child is shared with an absent parent in a messaging program. Second, (re-)presenting body pictures, which function as elements of impression management in diffuse semi-publics. They are aesthetically oriented toward conventional genres, such as selfies or group pictures on Facebook. A third category comprises body pictures, which are usually not shared at all: forensic-explorative body pictures. They make visible what is usually not visible with eyesight, for example a blister in the mouth.

Maria Schreiber; Gerit Götzenbrucker: Körperbilder - Plattformbilder? Bildpraktiken und visuelle Kommunikation auf Social Media. In: Elke Grittmann; Katharina Lobinger; Irene Neverla; Monika Pater (Hrsg.): Körperbilder - Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen. Köln [Herbert von Halem Verlag] 2018, S. 102-146

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Schanzenstr. 22
51063 Köln

Fon: +49 (0) 221 9258 29-0
Fax: +49 (0) 221 9258 29-29

info@halem-verlag.de

<https://www.halem-verlag.de>