

3. Wenn Meme digital werden

Es ist kein Zufall, dass ein lebhafter öffentlicher Diskurs über Meme in einer Epoche in Fahrt kommt, die vermehrt durch digitale Kommunikation bestimmt wird. Der Begriff »Mem« wurde zwar schon lange vor Beginn des digitalen Zeitalters eingeführt, aber erst die einzigartigen Eigenschaften des Internets verwandelten die Verbreitung von Memen in eine allgegenwärtige und deutlich sichtbare Routine. Dawkins' Analyse in *Das egoistische Gen* zufolge verfügen Meme, die sich erfolgreich ausbreiten, über drei Grundeigenschaften – *Langlebigkeit, Fruchtbarkeit* und *Wiedergabetreue*. Alle drei werden durch das Internet verstärkt. Die Onlineübermittlung von Memen garantiert eine größere Wiedergabetreue (also Genauigkeit) als die Kommunikation über andere Medien, da die Digitalisierung eine verlustfreie Informationsübertragung erlaubt. Die Fruchtbarkeit (die Anzahl an Kopien, die innerhalb einer Zeiteinheit entstehen) nimmt ebenfalls stark zu – das Internet erleichtert die rasche Verbreitung jeder beliebigen Nachricht an zahlreiche Knotenpunkte. Auch die Langlebigkeit kann sich potenziell steigern, da Informationen auf unbestimmte Zeit in vielen Archiven gespeichert werden können.¹

Ausmaß, Umfang und Genauigkeit digitaler Memverbreitung sind aber nur die Spitzen des Eisberges in Bezug auf die Mem-Internet-Kongruenz. Was Internetnutzer erkannt zu haben scheinen – und was Richard Dawkins sich 1976 noch nicht ausmalen konnte –, ist die Tatsache, dass *der Memebegriff am geeignetsten ist, einige der grundlegendsten Aspekte des Internets auf den Punkt zu bringen*, wobei hier das Internet im Allgemeinen und die sogenannte Partizipations- oder Web-2.0-Kultur im Speziellen gemeint ist. Drei Hauptattribute,

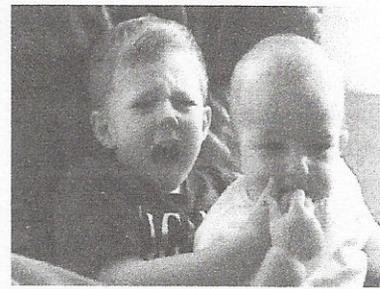
die den Memen zugeschrieben werden, sind besonders relevant für die Analyse der gegenwärtigen digitalen Kultur: (1) eine graduelle Verbreitung, verlaufend von Individuen an die Gesellschaft, (2) die Reproduktion durch Kopie und Imitation und (3) die Diffusion durch Wettbewerb und Selektion.

Zunächst einmal lassen sich Meme wohl am besten verstehen als Einheiten *kultureller Informationen, die von Person zu Person weitergegeben werden, allmählich jedoch das Ausmaß eines gemeinsamen gesellschaftlichen Phänomens annehmen*. Auch wenn sie sich auf der Mikroebene ausbreiten, haben sie Auswirkungen auf der Makroebene: Meme prägen die Einstellungen, Verhaltensweisen und Handlungen von gesellschaftlichen Gruppen. Diese Eigenschaft passt gut zu der Art und Weise, wie Kultur im Web-2.0-Zeitalter geformt wird, das gekennzeichnet ist durch Plattformen, auf denen nutzergenerierte Inhalte erzeugt und ausgetauscht werden. YouTube, Twitter, Facebook, Wikipedia und andere ähnliche Anwendungen und Websites basieren auf der Verbreitung von Inhalten der User durch die User und für die User, um Abraham Lincoln zu paraphrasieren. Solche Websites sind »Schnellstraßen« für die Verbreitung von Memen: Inhalte, die von Individuen über soziale Netzwerke verbreitet werden, können innerhalb von Stunden Massen erreichen.

Überdies ist die einfache Tätigkeit des Verbreitens von Memen zu etwas Erwünschtem und Hochgeschätztem geworden, da sie mit dem assoziiert wird, was der amerikanische, auf neue Medien spezialisierte Kommunikations- und Technologieforscher Nicholas John als die grundlegende Aktivität des Web 2.0 bezeichnet hat: *Teilen (sharing)*. Johns Untersuchungen zeigen, dass »Teilen« seit 2007 zum übergreifenden Begriff für die Beschreibung einer ganzen Reihe von Ak-

tivitäten geworden ist, darunter das Hochladen von Fotos, das Updaten des eigenen Facebook-Status', das Tweeten oder das Posten einer Rezension bei Amazon. Doch Teilen ist mehr als nur ein Schlagwort: Es hat sich als zentrale kulturelle Logik entpuppt, die Bereiche wie »Sharing Economics«, aber auch das Teilen von Gefühlen in vertrauten Beziehungen umfasst. Im digitalen Zeitalter nähern sich die beiden Bedeutungen des Begriffs aus der prädigitalen Zeit – der englische Ausdruck *sharing* kann sowohl im Sinne von Verbreiten als auch im Sinne von Kommunizieren verwendet werden – einander an. Wenn ich einen lustigen Clip bei Facebook poste, verbreite ich damit eine kulturelle Einheit und drücke zugleich meine Empfindungen dazu aus. Und meistens gehe ich davon aus, dass andere weiterverbreiten werden, was mir so viel Freude bereitet hat. Mit anderen Worten: Das Teilen von Inhalten – oder das Verbreiten von Memen – ist mittlerweile ein grundlegender Bestandteil dessen, was Mitwirkende als die digitale Sphäre erleben.²

Eine zweite Eigenschaft von Memen besteht darin, dass sie sich durch *verschiedene Arten der Neuverpackung* oder *Imitation* reproduzieren. In der mündlichen Kommunikation erfahren Menschen Meme über ihre Sinne, verarbeiten sie anschließend kognitiv und »verpacken« sie dann neu, um sie an andere Menschen weiterzugeben. Während dieses Prozesses verändern Meme oft ihre Form und ihren Inhalt – es ist nahezu unmöglich, einen Witz in genau denselben Worten wiederzugeben, in denen er ursprünglich erzählt wurde. Im digitalen Zeitalter hingegen müssen Menschen Meme nicht neu verpacken: Sie können Inhalte durch Weiterleiten, Verlinken oder Kopieren *in der vorliegenden Form* verbreiten. Bereits ein flüchtiger Blick in ein beliebiges Web-2.0-Umfeld zeigt aber, dass viele dennoch ihre *eigenen Versionen* von In-



Original



Remix



Nachahmung

Abbildung 2 Verschiedene Mittel der Imitation: »Charlie Bit My Finger« als Nachahmung und Remix. Quellen: {https://www.youtube.com/watch?v=_OBlgSz8sSM} und {<http://www.youtube.com/watch?v=LY14EShHotA>} (zuletzt abgerufen jeweils am 25. Mai 2014).

ternetmemen erschaffen, und zwar in einem überraschenden Ausmaß.

Im Web herrschen insbesondere zwei Mechanismen zur Neuverpackung von Memen vor: *Nachahmung* und *Remix*. Bei der Nachahmung wird etwas »noch einmal getan« – ein bestimmter Text³ wird von anderen Menschen und/oder mit anderen Mitteln neu erschaffen. Im Kern ist Nachahmung nichts Neues – Menschen haben schon immer andere Menschen nachgeäfft, seien es tyrannische Eltern, nervtötende Lehrer oder heuchlerische Politiker. Tatsächlich liegt Susan Blackmore zufolge die Imitation der Memverbreitung schon seit Anbeginn der Menschheit zugrunde. Im Web-2.0-Zeitalter hat sich die alltägliche mimetische Praxis jedoch in ein öffentlich deutlich sichtbares Phänomen verwandelt. Auf Websites wie YouTube löst beinahe jedes nutzergenerierte Video, das die Schwelle einer gewissen Zuschaueranzahl überschreitet, eine Flut von Nachahmungen aus. Abbildung 2 präsentiert eins dieser sehr oft nachgeahmten Videos – den Clip »Charlie Bit My Finger«, der in der ursprünglichen Version zwei englische Brüder namens Harry und Charlie Davies-Carr zeigt. Nachahmung ist allerdings nicht nur für Videos von Bedeutung; unbewegte mimetische Bilder werden etwa mit Legosteinen, Teig oder Simpsons-Figuren nachgestellt.

Die zweite Strategie des Neuverpackens von digitalen Memen, das *Remixen*, ist etwas neuer. Sie beinhaltet auf Technologie gestützte Manipulation, indem beispielsweise ein Bild mit Photoshop bearbeitet oder ein neuer Soundtrack hinzugefügt wird. Eine Fülle an nutzerfreundlichen Anwendungen, die es Einzelnen erlauben, Inhalte herunterzuladen und zu bearbeiten, hat das Remixen zu einer ungemein beliebten Praktik werden lassen. Nachahmung und Remix erobern also

das Web, und der Begriff »Mem« ist besonders geeignet, um diese Flut an Überarbeitungen zu beschreiben, da er – bewusst das Wort »Mimesis« konnotierend – flexibel genug ist, um ein breites Spektrum an kommunikativen Intentionen und Handlungen zu umfassen, die von der naiven Kopie bis zur verächtlichen Imitation reichen.

Eine dritte Eigenschaft von Memen, die im digitalen Umfeld verstärkt wird, ist ihre Verbreitung durch *Wettbewerb* und *Selektion*. Meme variieren stark in ihrem Grad an Fitness, also ihrer Fähigkeit zur Anpassung an das soziokulturelle Umfeld, in dem sie sich vermehren. Prozesse kultureller Selektion gibt es zwar schon seit langem, aber erst die digitalen Medien haben es Forschern ermöglicht, die Ausbreitung und Entwicklung von Memen zu verfolgen. Und heutzutage können nicht nur Experten digitale Spuren im Internet analysieren – auf vielen web-2.0-freundlichen Websites werden Metadaten über die Sehgewohnheiten, Entscheidungen und Reaktionen der Nutzer unaufhörlich gesammelt und für alle User angezeigt. Metainformationen über Konkurrenz- und Selektionsprozesse werden dadurch vermehrt zu einem sichtbaren und einflussreichen Teil des Prozesses selbst – man berücksichtigt sie, bevor man sich dazu entschließt, ein Album herunterzuladen, ein Video nachzudrehen oder sogar, sich an einer Demonstration zu beteiligen.

In diesem Abschnitt habe ich bisher aufgezeigt, wie drei den Memen zugeschriebene Eigenschaften – Mikro-Makro-Fortpflanzung, Replikation durch Imitation und selektive Konkurrenz – in digitalen Umgebungen deutlich zutage treten. Doch diese Qualitäten werden im digitalen Zeitalter nicht nur verstärkt. In den letzten paar Jahren sind Teilen, Imitieren, Remixen und das Verwenden von Popularitätsmessungen zu bedeutsamen Pfeilern der Partizipationskultur ge-

worden, ein wesentlicher Bestandteil dessen, was von einem »digital kompetenten« Netzbürger erwartet wird. Dieses neue Umfeld wird dominiert von einer, wie ich es nenne, *hypermemetischen Logik*. »Hyper« bezieht sich dabei nicht nur auf die Tatsache, dass Meme sich weiter und schneller als je zuvor ausbreiten, sondern auch auf ihre Entwicklung zu einer neuen, von vielen geteilten Umgangssprache, die zahlreiche Bereiche digitaler und nichtdigitaler Ausdrucksformen durchzieht.

Dieser durchdringende Charakter von Internetmemen wird deutlich, wenn sie unter unerwarteten Umständen auftauchen, wie etwa bei dem vermeintlich privaten Anlass eines Heiratsantrags. Am 30. November 2011 trat ein junger malaysischer Blogger namens Timothy Tiah Ewe Tiam vor die gläserne Eingangstür eines Restaurants in Kuala Lumpur und begann, seiner Freundin, die mit einigen Bekannten essen war, auf Postergröße ausgedruckte Meme zusammen mit seinen eigenen dazugehörigen Bildtexten zu zeigen. Am Ende rückte er mit seinem Anliegen heraus (siehe Abbildung 3). Kurze Zeit später lud er das Video, das den Antrag sowie die (positive) Reaktion darauf zeigt, auf das Videoportal Vimeo. Anschließend verbreitete es sich über YouTube und andere Social-Media-Plattformen und löste memetische Antworten in Form von weiteren memebasierten Heiratsanträgen aus. In diesem wie auch in anderen Fällen nimmt »hypermemetisch« eine zusätzliche Bedeutung an: Es beschreibt eine Kultur, in der Meme auf mehreren Ebenen präsent sind.

Die hypermemetische Beschaffenheit der Gegenwartskultur lässt sich durch einen Vergleich zwischen »alten« und »neuen« Memen weiter verdeutlichen. Wie oben angemerkt, sind Meme nicht erst mit dem Internet zur Welt gekommen; sie waren schon immer Teil der menschlichen Gesellschaft.

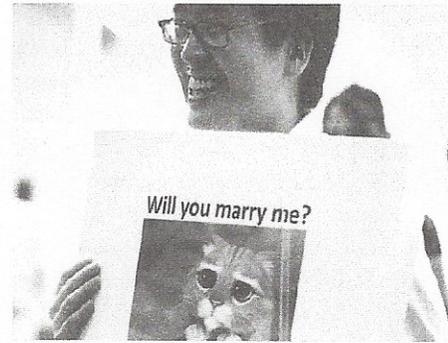


Abbildung 3 Ein Heiratsantrag mithilfe von Memen. Quelle: (<http://www.ryanseacrest.com/2011/12/22/man-proposes-in-public-using-popular-internet-memes-video/>) (zuletzt abgerufen am 25. Mai 2014).

Ich behaupte jedoch, dass sich im digitalen Zeitalter einige grundlegende Aspekte der Meme verändert haben. Um dies zu veranschaulichen, möchte ich ein bestimmtes älteres Mem näher betrachten: »Kilroy Was Here«. Dieses Mem bestand aus einer einfachen Zeichnung der oberen Gesichtshälfte eines Mannes mit einer langen Nase, der über eine Mauer blickt, und der rätselhaften Bildunterschrift »Kilroy Was Here«. Es entstand während des Zweiten Weltkriegs, und auch wenn sein Ursprung noch immer umstritten ist, schreibt es die Version, auf die sich laut einer Arbeit von Daniel Gilmore von der Georgia State University die meisten einigen können, einem Schiffsinspektor aus dem US-Bundesstaat Massachusetts namens James J. Kilroy zu.⁴ Kilroys Aufgabe war es, die Arbeit der Nieter zu kontrollieren, nachdem diese ihre Schicht beendet hatten. Um den Überblick über seine Inspektionen zu behalten, begann er, die bereits überprüften Bereiche mit den Worten »Kilroy Was Here« zu markieren. Als die Schiffe fertiggestellt waren und im Krieg zum Einsatz kamen, bemerkten die Soldaten diese Kritzeleien. Kilroys Name tauchte überall auf, sogar an den sonderbarsten und am wenigsten erwartbaren Stellen im Inneren des Schiffes. Soldaten begannen daraufhin, den Spruch auf den verschiedensten Oberflächen zu hinterlassen, und irgendwann fügten sie noch die Zeichnung eines kleinen Mannes mit großer Nase hinzu. Ein Mem war geboren.

Während des Krieges tauchte das Männchen an fast jedem nur vorstellbaren Ort auf, an dem sich alliierte Soldaten aufhielten, die es später zurück in die Vereinigten Staaten (und in andere Länder) brachten. Nach dem Krieg erlebte Kilroy seine Wiedergeburt in urbanen Graffiti und verschiedenen popkulturellen Artefakten.

Henrik Bjarneskans, Bjarne Grønnevik und Anders Sand-

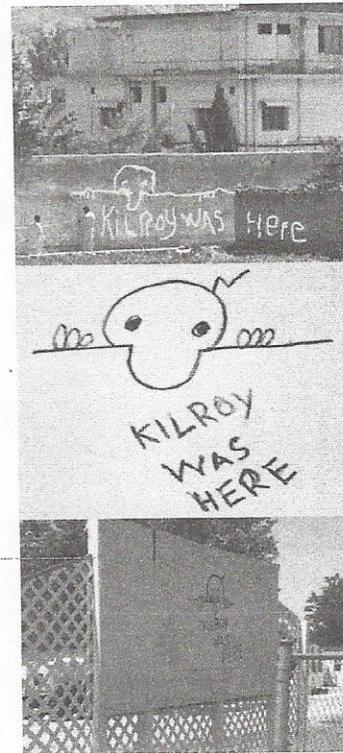


Abbildung 4 »Kilroy Was Here«. Quelle: (<http://reaganiterepublicanresistance.blogspot.de/2013/04/kilroy-was-here.html>), (<http://1dustytrack.blogspot.de/2012/08/route-66-carthage-belle-starr-and-kilroy.html>) und (<http://xxrookiexx.deviantart.com/art/Day-24-Kilroy-was-here-194851243>) (zuletzt abgerufen jeweils am 25. Mai 2014).

berg haben Kilroys memetischen Erfolg untersucht.⁵ Zusätzlich zu der Tatsache, dass die Botschaft einfach und damit leicht reproduzierbar war, erschien sie auch meist an öffentlichen Orten, wodurch sichergestellt wurde, dass viele Menschen oder »potenzielle Wirte«, die das Mem weiterverbreiten konnten, sie bemerkten. Von Vorteil war auch, dass die »wahre« Bedeutung des Spruchs mysteriös blieb und Interpretationsspielraum bot, da jeder und jede Einzelne ihn so mit seiner oder ihrer eigenen gewünschten Bedeutung versehen konnte. Außerdem machte das Fehlen einer eindeutigen Bedeutung das Mem schwer anfechtbar und förderte zugleich die Auseinandersetzung der Menschen damit, da diese das Rätsel lösen wollten. In dem Versuch, herauszufinden, was Menschen dazu motivierte, das Mem ohne direkten Anreiz in Form einer Reaktion des eigenen Umfelds zu vervielfältigen, stellen Bjarneskans und seine Kollegen die These auf, dass diese Menschen bestrebt waren, einem Kreis von Individuen beizutreten, die »sich gemeinsam über einen Witz amüsieren«. Auf diese Weise erzeugte der Akt des Reproduzierens des Mem eine unsichtbare Verbindung zu einer Gemeinschaft von »Kilroy-Autoren« oder auch das Gefühl der Mitgliedschaft in einer privilegierten und geheimnisvollen Bruderschaft.

Auf den ersten Blick weist »Kilroy Was Here« erstaunliche Ähnlichkeit zu einigen heutigen Internetmemen auf. Zum Beispiel teilt es viele Merkmale mit dem sogenannten »Planking«, das im Wesentlichen darin besteht, sich an öffentlichen Orten bäuchlings mit den Armen an den Seiten hinzulegen (siehe Abbildung 5), oder mit »241543903/Heads in Freezers«, bei dem Menschen sich mit ihrem Kopf im Kühlschrank fotografieren lassen und die Fotos mit der Zahl »241543903« versehen posten, wodurch sie über Suchmaschinen leicht auf-

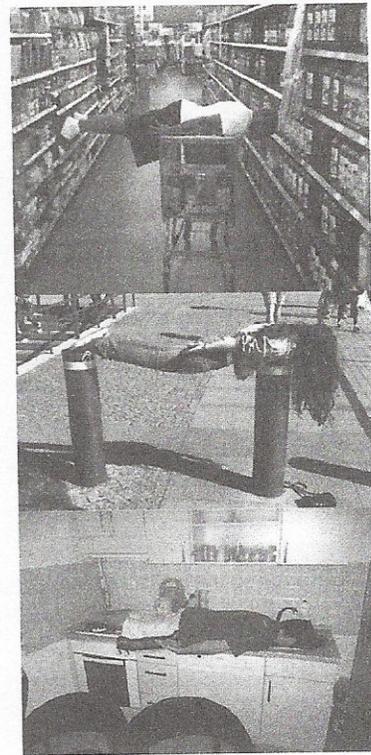


Abbildung 5 Das Planking-Mem. Quellen: {<http://ourtwobits.com/a-perspective-on-planking-the-evolution-of-a-revolution/>}, {<http://www.squidoo.com/planking-whats-wrong-with-people>} und {<http://nevermorenonsense.blogspot.de/2011/09/planking-why-it-rocked-congress-and-why.html>} (zuletzt abgerufen jeweils am 25. Mai 2014).

findbar sind. Wie auch »Kilroy Was Here« beinhalten diese Beispiele bizarre, merkwürdige und unerwartete Nebeneinanderstellungen. Darüber hinaus imitieren Menschen bei allen drei Memen eine bestimmte Handlung an einem einzigartigen Schauplatz und stellen dabei eine Verbindung mit anderen Eingeweihten her. Und schließlich sind sie alle eingebettet in die »reale« (also die außerhalb des Internets liegende) Welt.

Jenseits dieser Gemeinsamkeiten unterscheiden sich traditionelle und internetbasierte Meme in mehreren wesentlichen Punkten voneinander. Der erste Unterschied bezieht sich auf die Kenntnisse der gesamten Memlandschaft, über die die Individuen verfügen. In der Zeit vor dem Internet kam jeder Einzelne nur mit einer sehr begrenzten Anzahl an memetischen Manifestationen in Berührung – eine Person mochte das Kilroy-Graffito ein Dutzend Mal in ihrem Leben gesehen haben, aber wahrscheinlich nicht viel öfter. Da das Mem hauptsächlich draußen an Wänden oder Mauern zu sehen war, blieb das wahre Ausmaß seiner Verbreitung stets im Dunkeln.

Im Gegensatz dazu ist die Existenz von Memen wie dem Planking in der »realen Welt« oftmals flüchtig, da sie auf einem Moment basiert, der fotografisch festgehalten wird. Das Gesamtwerk ist im Netz allerdings ausgesprochen lebendig: Mit nur ein paar Mausklicks gelangt man zu Hunderten Versionen des Planking- oder des Kopf-im-Kühlschrank-Mems. Für die meisten Beteiligten war die überwiegende Mehrzahl der Varianten von Kilroy-Bildern und ihresgleichen noch unsichtbar. Die Sichtbarkeit der memetischen Vielfalt – ebenso wie der zeitliche Verlauf des Erscheinens eines Memes – ist dagegen ein wesentlicher Bestandteil gegenwärtiger Internetmeme. Dies ist ein weiterer Aspekt dessen, was ich als hypermemetisch bezeichne: Meme treten

in der öffentlichen und privaten Sphäre nicht als vereinzelte Einheiten auf, sondern als ungeheuer große Text- und Bildgruppen.

Ein weiterer Unterschied zwischen Internet- und traditionellen Memen hat mit der zentralen Stellung zu tun, den der Schöpfer des Memes bei Ersteren einnimmt. Insbesondere memetische Videos und Fotos konzentrieren sich viel mehr auf das performative Selbst. Personen, die etwas hochladen, werden sowohl zum Medium des Memes als auch zu dessen Botschaft: Ihre Gesichter und/oder Körper sind wesentliche Bestandteile. Diese Meme sind dadurch Symbole einer Kultur, die durchdrungen ist von persönlichem Branding und strategischer Selbstkommerzialisierung.⁶ Wie ich im nächsten Teil näher ausführen werde, steht hinter dieser Eigenschaft eine allgemeine gesellschaftliche Logik: In einer Zeit, die gekennzeichnet ist durch »vernetzten Individualismus«, nutzen Menschen Meme, um ihre Einzigartigkeit und zugleich auch ihre Verbundenheit zum Ausdruck zu bringen.

Erforschung der »hypermemetischen Logik«

Bislang habe ich die Kompatibilität von Memen mit der gegenwärtigen digitalen Kultur *beschrieben*. Als Nächstes werde ich versuchen, sie zu *erklären*. Warum fühlen sich so viele Menschen veranlasst, Videos und Bilder nachzuahmen, die andere erzeugt haben? Worin liegt der mögliche Nutzen einer solchen Aktivität, und für wen? Auch wenn eine vollständige Erklärung der zeitgenössischen hypermemetischen Logik den Rahmen eines einzelnen Buches (insbesondere eines kurzen) sprengt, so möchte ich zum Entfachen der Diskussion doch drei erste Prismen zu ihrem Verständnis anbieten, die