

# Bilder der Gesellschaft im Web und wie die Soziologie sie sucht

## SOZIALE NETZWERKE STELLEN

### NEUE ANFORDERUNGEN AN DIE EMPIRISCHE SOZIALFORSCHUNG

**Gibt es eine neue »Webgeneration«? Entsteht im Internet eine neue Form von Sozialität? Am Beispiel der Bildersuche im Netz zeigen Forscher der Philosophischen Fakultät, dass die Soziologie neue methodische Werkzeuge braucht, um dieses Material systematisch und strukturiert zu suchen, aufzubereiten, zu analysieren und zu archivieren.**

In der Vorlesung zur »Soziologie der Generationen« fragen wir zum Einstieg jede Studierendengeneration, welches Ereignis ihre Generation bis heute am meisten geprägt hat. In den vergangenen Jahren lauteten die Antworten: 1989 – der Fall der Mauer – oder der 11. September. Dieses Jahr erhielten wir eine vollkommen andere Antwort: soziale Netzwerke wie Facebook, StudiVZ oder Xing. Dort hätte sich eine neue Form von Sozialität entwickelt, mit der wir – die älteren Generationen – nicht vertraut seien und genau dies mache den Unterschied zwischen unseren Generationen aus. Während die ältere Generation zwischen »virtuellen« Freunden und Fremden im Internet und »realen Rendezvous« unterscheiden würde, kommuniziere die jüngere Generation mit anderen »online« ohne jegliches relativierendes Eigenschaftswort. Ob sich die heutige Generation über diese Erfahrung künftig identifizieren wird, ob die Interaktion in sozialen Netzwerken im Web ihre Weltsicht, ihre Art zu denken, wahrzunehmen und zu handeln prägen wird wie die »Flakhelfergeneration« durch die Erlebnisse des zweiten Weltkrieges, die »Nachkriegsgeneration« durch den Wiederaufbau oder die 68er Generation über ihr Aufbegehren gegen die Verzapftheit der Adenauer-Gesellschaft, wird die Zukunft zeigen.



Für die Soziologie ergeben sich daraus jedoch vielfältige und neuartige Herausforderungen: Einerseits scheint sich ihr Gegenstand, wie soziale Beziehungen geknüpft, gepflegt, wie soziale Identität hergestellt und repräsentiert wird, einschneidend zu verändern. Andererseits stellt das Web an die Methoden der empirischen Sozialforschung neue Anforderungen. Fragebogen, Interview, Recherche und Analyse von bildlichen Repräsentationen etc. sind neu zu konzipieren und auf die veränderten Strukturen des Webs anzupassen.

Die methodischen Herausforderungen möchten wir am Beispiel der Bildersuche im Netz erläutern. Bilder stehen für uns im Mittelpunkt, weil

erste Studien zum Web zeigen, dass die persönliche Präsentation im Web vermehrt über Bilder erfolgt. In einige Fällen wird dafür sogar der Begriff »visual self« (ZHAO ET AL. 2008) reserviert. Die Digitalisierung hat aber nicht nur die Selbstdarstellung verändert, insgesamt wurde eine enorme Zunahme an Visualisierungen und bildlichen Repräsentationen ausgelöst. So gibt es kaum Webseiten oder digitale Nachrichten, die nicht von Bildern, grafischen Elementen oder visuellen Effekten begleitet oder eingerahmt werden. Dabei prägen nicht nur professionelle Gestalterinnen und Gestalter das visuelle Erscheinungsbild des Web, sondern jede und jeder kann eigene Vorstellungen und Ansprüche umsetzen.

Hier stoßen die bisherigen methodischen Instrumente der Sozialwissenschaften an ihre Grenzen, da ihnen eine geeignete Infrastruktur fehlt, um sich im Web zu bewegen und dessen Besonderheiten zu untersuchen. Zwar haben sich in den letzten Jahren die Medien- und Kommunikationswissenschaften, Wissens-, Wissenschafts- und Techniksoziologie verstärkt der Analyse von Bildern zugewandt und neue Fragestellungen generiert, so dass linguistische und textliche Analyseverfahren zunehmend um bildanalytische Verfahren ergänzt und weiterentwickelt wurde. Man könnte versucht sein, von einem regelrechten Bilder-Boom in den Sozialwissenschaften zu sprechen, der teilweise in den Bemühungen gipfelt, eine Bildwissenschaft zu etablieren. Für Untersuchungen von Visualisierungen und bildlichen Repräsentationen im Web fehlen den Sozialwissenschaften aber die infrastrukturellen Werkzeuge. Gegenwärtig ist die relevante Forschung hauptsächlich auf kommerzielle Suchmaschinen angewiesen. Für die konkrete Bildsuche in den Sozialwissenschaften bedeutet dies, dass sie sich kommerzieller Anwendungen bedienen müssen, ohne dadurch hinreichend unterstützt zu werden. Die Web-bezogenen Hauptprobleme der sozialwissenschaftlichen Methoden zur Bildanalyse sind zusammengefasst vor allem fehlende Möglichkeiten einer übergreifenden, systematischen und strukturierten Suche, der Aufbereitung des Untersuchungsmaterials für erste Grobanalysen, der Archivierungen der Daten und kooperativer Vernetzungen in der Forschungsgemeinschaft.

Eine entsprechende Infrastruktur könnte daher dazu beitragen, unterschiedliche Erkenntnisse über den Gebrauch von Bildern im Web zu generieren. Eine solche Rekonstruktion

des Bildgebrauchs im Web muss jedoch Unterschiede im Grad der Web-Basierung von Bildproduktion und -verbreitung berücksichtigen. Beispielsweise ist im Fall von Netzwerken im Web oder Blogs die Erzeugung und Verteilung von Bildern primär durch das Web selbst bestimmt. Soziale Netzwerke ermöglichen insbesondere die Integration von digitalen Bildformaten, so dass deren Nutzerinnen und Nutzer ihre Bil-

außerhalb des Web geprägt sind. Hierzu zählt exemplarisch das Phänomen Street Art. Als Kunst ist sie eng mit dem Straßenkontext verknüpft. Zugleich archivieren und stellen Produzenten und Sammler dieser Street Art sie gezielt im Web aus und erzeugen damit eine von der Straße unabhängige bildliche Repräsentation. Schließlich entstehen Bilder auch außerhalb des Web, deren Erzeugung und Verbreitung weitgehend unabhängig



Abbildung 1  
*»Street Art«: Straßenkunst findet sich nicht nur in den Städten, an Mauern und Gebäuden, sondern auch als fotografische Reproduktion im Web.*  
 Quelle: Christian Mann

Abbildung 2  
*Mit Schablonen erstellte Bilder sind eine Art der Straßenkunst. Während sie im öffentlichen Raum schnell entfernt oder übermalt werden und damit verschwinden, existieren ihre fotografischen Entsprechungen im Internet weiter.*  
 Quelle: Axel Philipps

der mit einem größeren Kreis an Menschen teilen. Das Familienalbum ist nicht mehr der einzige Ort, um Familienereignisse und -angehörige zu sammeln und auf Nachfrage auszustellen.

Im Gegensatz dazu existieren Bilder im Web, deren Generierung und Verbreitung von Kontexten innerhalb und

vom Web verläuft. Ungeachtet dessen lassen sich solche Bilder im Web finden und recherchieren. Man denke an wissenschaftliche Repräsentationen wie Diagramme, Punktwolken oder Schautafeln.

Mit dieser Abstufung ergeben sich unterschiedliche Fragen und Perspektiven auf die Bildverwendung im Web.



#### Eva Barlösius

Jahrgang 1959, ist seit 2007 Professorin für Makrosoziologie an der Leibniz Universität Hannover. Ihre Arbeitsgebiete sind soziale Ungleichheit, Wissenschaftssoziologie, Soziologie des Essens. Kontakt: [e.barloesus@ish.uni-hannover.de](mailto:e.barloesus@ish.uni-hannover.de)



#### Dr. Axel Philipps

Jahrgang 1975, ist seit 2008 als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Leibniz Universität Hannover am Institut für Soziologie tätig. Seine Schwerpunkte sind Wissenschaftsforschung, visuelle Soziologie und Alltagskultur. Kontakt: [a.philipps@ish.uni-hannover.de](mailto:a.philipps@ish.uni-hannover.de)

Beispielsweise untersuchen Marktforschungseinrichtungen bereits web-basierte Netzwerke wie Facebook, StudiVZ oder Xing und die darin stattfindende Kommunikation über Waren mit Social Media Monitoring Tools. In den Sozialwissenschaften beschäftigen sich Untersuchungen mit der Bedeutung und dem Gebrauch von Bildern im Web. In der Regel beschränken sich solche Webseiten aber auf wenige Webseiten oder kleine Nutzergemeinschaften, die kaum Einblicke in soziale Dispositionen bei der Bildauswahl und -gestaltung geben. Wie stellen sich Nutzer von Web-basierten Netzwerken bildlich dar? Welche Bilder oder Bildausschnitte wählen sie, die für alle einsehbar sind? Welche Orientierungen der Nutzer lassen sich anhand ihrer bildlichen, allgemein zugänglichen Selbstpräsentationen rekonstruieren?

Gänzlich andere Fragen evoziert das Phänomen Street Art, welches für eine Vielzahl an visuell-materiellen Ausdrucksformen steht, deren Bedeutungen sich im Straßenkontext ergeben. Street Art existiert aber nicht nur flüchtig in den

Straßen und im öffentlichen Raum, sondern deren photographische Reproduktionen werden im Web gesammelt und archiviert. Durch die Reproduktion im Web verändern sich die Merkmale und Strukturierungen von Street Art. Zum einen beruhen die Web-basierten Archivierungen auf Selektionsprozessen der Web-Nutzerinnen und Nutzer, und zum anderen beschränken sich die Repräsentationen von Street-Art-Motiven auf die ausgewählten Bildausschnitte. Daraus ergibt sich die Frage, welche Veränderungen sich zwischen Street Art im Straßenkontext und im Web erkennen lassen. Generiert sich im Web eine eigene Bildlichkeit von Street Art? Welche Vorstellungen und Dispositionen lassen sich anhand der Anfertigung sowie der Archivierung von Street Art rekonstruieren?

Schließlich produzieren die Wissenschaften selbstständig Bilder, die unter anderem im Web auftauchen. So haben die Sozialwissenschaften unterschiedliche Bilder von sozialer Ungleichheit hervor gebracht – einschließlich bildlicher Repräsentationen von Eliten, Mittelschicht, Unterschicht oder Armut. Wissenschaftsgenerierte Bilder für gesellschaftliche Ungleichverteilungen reichen beispielsweise von einer »Zwiebel« (BOLTE) über ein »Gebäude« (DAHRENDORF) bis zu kreisförmigen, sich überlappenden Flächen (NOWAK/BECKER). Den wissenschaftsgenerierten Repräsentationen steht aber zugleich eine Vielzahl nichtwissenschaftlicher bildlicher Darstellungen von sozialer Ungleichheit gegenüber. Exemplarisch sind Bilder von Bettlern oder »Plattenbauten« für Armut und Ungleichheit in Printmedien zu nennen. Das Web stellt gegenüber den Entstehungskontexten Wissenschaft und Massenmedien ein unabhängiges Archiv bildlicher Repräsentationen von

sozialer Ungleichheit und damit verbundener Begriffe dar. Daher wäre zu klären, wie sich die Genese und Differenzierung bildlicher Repräsentationen von Epistemen wie soziale Ungleichheit, Eliten, Mittelschicht, Unterschicht und Armut gestalten. Welche Bilder finden Eingang ins Web? Welche Bedeutung haben diese über die Fachdisziplin hinaus? Lassen sich beim Übergang ins Web Veränderungen bei den bildlichen Repräsentationen beobachten?

Möglicherweise saß uns in der Vorlesung die »Web-Generation« gegenüber, womöglich wandern große Teile der Sozialität ins Web ab oder es entsteht dort eine neue Form von Sozialität. Um dies zu untersuchen, benötigt die Soziologie zuallererst neue methodische Werkzeuge im Sinn von Infrastrukturen. Ohne diese wird es der Soziologie nicht gelingen, neue soziale Phänomene systematisch zu erfassen und es ist zu befürchten, dass sie die »Gesellschaft im Web« nur oberflächlich in den Blick nehmen kann.

#### Literatur

- Zhao, S.; Grasmuck, S.; Martin, J. (2008) Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24, 1816–1836.