

1.

Technologische Affordanz digitaler Plattformen

In der Medienforschung hat sich der Begriff der Plattform durchgesetzt, um Hardware- oder Softwareumgebungen zu beschreiben, auf denen sich die unterschiedlichsten Anwendungen ausführen lassen. Damit können zum einen Videospielkonsolen gemeint sein (Hardware), zum anderen aber auch Onlineplattformen wie Gaming- und Streamingdienste oder soziale Medien. Letztere lassen sich als Plattformen definieren, auf denen – ganz allgemein formuliert – Nutzer*innen, Kund*innen, Werbetreibende oder politische Entscheidungsträger*innen miteinander in Austausch treten können (Gillespie 2010). Plattformen basieren auf einer je eigenen „Architektur“, die sich durch eine bestimmte Funktionalität auszeichnet, die eine bestimmte Art und Weise der Interaktion und Nutzung vorgibt (Bogost/Montfort 2009). Anders als offene Systeme, wie das HTML-basierte World Wide Web, schreiben geschlossene Plattformen den Nutzer*innen damit eine effektive aber auch stark einschränkende Verwendung vor. In der Medientheorie bezeichnet man dies als Affordanz, was sich am ehesten mit „Angebotscharakter“ übersetzen lässt (Bucher/Helmond 2018). Entscheidend ist, dass sich die Affordanz von Plattformen nicht einzig durch ihren restriktiven Charakter auszeichnet, sondern bestimmte Arten der Interaktion auch besonders praktisch und damit einfacher machen.

Wie der Name schon sagt, liegt die Affordanz der sozialen Medien in der vereinfachten Anbahnung und Aufrechterhaltung von Sozialkontakten. Man kann mit Fug und Recht behaupten, dass Facebook das mit knapp drei Milliarden Nutzer*innen weltweit wohl äußerst erfolgreich macht (Stand: Sommer 2022). Ich bezeichne die besondere Affordanz der sozialen Medien als *Konnektivität*, womit eine plattformabhängige, nicht-dialogische „phatische“ Kommunikationsform gemeint ist, die emotiv ist und Vergemeinschaftungsprozesse in Gang setzt und erhält. Eine weitere Affordanz digitaler Plattformen findet sich in ihrem Datenbankcharakter. *Datenbanken* haben nicht nur die elektronische Verwaltung und Speicherung von Informationen vereinfacht, sie haben auch die kulturelle und künstlerische Produktion und Rezeption im digitalen Zeitalter radikal verändert. Datenbanken spielen eine wichtige Rolle bei der Produktion und Rezeption von Memes, einem zentralen Element der zeitgenössischen Internetkultur und plattformbasierten Onlinekommunikation (vgl. Kapitel 3).

1.1 Konnektivität: phatische Kommunikation in den sozialen Medien

Mit dem Begriff der Konnektivität wird eine im digitalen Zeitalter vorherrschende Form der Kommunikation bezeichnet, die „instantan“ und „ubiquitär“ stattfindet (vgl. Dijck 2013; Hepp et al. 2006). Damit ist gemeint, dass „konnektive“ soziale Bindungen im Zeitalter von Smartphones oder flächendeckender WLAN-Versorgung potenziell überall und jederzeit stattfinden können. Der japanische Mediensoziologe Akihiro Kitada (2005) hat den Begriff der „Konnektivität“ bereits Anfang der 2000er Jahre verwendet, um diese neue Form der meidiengestützten Kommunikation zu beschreiben.¹ Er verweist damit auf eine Kommunikationsform, die er als „autotelisch“ bezeichnet. Damit meint Kitada ein Kommunikationsverhalten, das mit der Verbreitung der vernetzten und mobilen Medien (Internet, Handy) in den 1990er Jahren entstanden ist, und das weniger der Übermittlung sinnhafter Informationen dient, sondern in erster Linie der Aufrechterhaltung von sozialen Bindungen. An einem älteren Beispiel aus der Anfangszeit der Mobilfunkkommunikation verdeutlicht Kitada, was mit autotelischer Konnektivität gemeint ist. Unter japanischen Jugendlichen war es in den 1990er Jahren sehr verbreitet, sich untereinander mit dem Handy kurz anzuklingeln (jap.: *wan-giri*), allerdings ohne dass die angerufene Person abhebt, um sich die damals noch extrem hohen Gesprächsgebühren zu sparen. Dieser vollständig kostenlose und rein konnektive Kommunikationsakt ermöglichte es, sich gegenseitig zu signalisieren, dass man im Kontakt steht. Die Kommunikation ist also Selbstzweck (sprich „auto-telisch“); das Ziel der Kontaktaufnahme ist nicht die unmittelbare Anschlusskommunikation (ist also nicht zwingend dialogisch), sondern dient einzig und allein der wechselseitigen Vergewisserung eines fortbestehenden Kontakts zwischen Menschen. Sie ist rein konnektiv. Auch wenn diese Nutzung eines Mobilfunktelefons sicherlich nicht der intendierten Affordanz entspricht, kann sie zweifelsohne als Frühform einer im digitalen Zeitalter immer wichtiger gewordenen autotelischen Kommunikation betrachtet werden.

Kitada bezeichnet diese verhältnismäßig rudimentäre Art soziale Bindungen zu unterhalten aus soziologischer Sicht als „konnektive Sozialität“ (*tsunagari no shakai-sei*) (Kitada 2005: 206, 2012: 138–141). Bereits in seiner allerersten Veröffentlichung zum Thema hat Kitada (2005) darauf hingewiesen, dass sich zeitgleich mit der Verbreitung der digitalen Konnektivität in Japan auch ein

¹ Das Buch ist bisher nur auf Japanisch erschienen; ein sehr limitierter Auszug des Buches in englischer Sprache wurde 2012 veröffentlicht (vgl. Kitada 2012).

autotelischer Kommunikationsstil unter japanischen Internet-Rechten (*netto uyoku*) ausgebreitet hat, der nicht nur große Ähnlichkeiten zu dem der später in den USA entstandenen Alt-Right aufweist, sondern dieser in gewisser Hinsicht sogar als Vorbild diente (vgl. Fujioka/DeCook 2021; Tsunehiro 2016). Die Parallelen zwischen beiden haben nicht nur eine technologische Dimension, denn sowohl die japanische Internet-Rechte als auch die US-amerikanische Alt-Right haben sich in ihren Anfängen auf den gleichen sozialen Plattformen vernetzt, nämlich dem ursprünglich in Japan erfundenen Imageboard 2chan (bzw. seinem US-Ableger 4chan), sondern teilen auch den gleichen zynischen und rassistisch-misogynen Humor und ein nicht-dialogisches destruktives Onlineverhalten (vgl. den Abschnitt „Zynismus“ in Kapitel 2).²

Die von Kitada als autotelisch beschriebene Konnektivität lässt sich mit einem Begriff des Anthropologen Bronislaw Malinowski (1923) auch als „phatisch“ bezeichnen. Damit meint Malinowski (1923: 315) „einen Typus des Sprechens, bei dem die Verbindungen einer Vereinigung durch den bloßen Austausch von Worten hergestellt werden“. Neben dem Erzählen von Witzen oder dem formlosen Plaudern nennt Malinowski (1923: 314) auch das gegenseitige Grüßen als Beispiel für diese Form der Kommunikation, die eine „phatische Gemeinschaft“ (*phatic communion*) erzeugen und aufrecht erhalten kann. Während das Erzählen von Witzen oder das alltägliche Schwätzchen verbale kommunikative Akte sind, kann das Grüßen auch nur aus einfachen nonverbalen Signalen (Winken oder Anlachen) bestehen, die aber dennoch die gleiche soziale Funktion erfüllen wie verbale Kommunikationsakte und eine „Atmosphäre der Geselligkeit“ (*atmosphere of sociability*) generieren (Malinkowski 1923: 314–315). Mit dem Begriff der „phatischen Kommunikation“ (Baudrillard 1989: 14–16) lassen sich folglich sowohl sprachliche als auch nonverbal-signalhafte Formen der Kommunikation bezeichnen, die weitere (z.B. referentielle oder emotive) Kommunikation her- und sicherstellen.

2 Lange vor Angela Nagle hat der japanische Soziologe Akihiro Kitada (2005, 2012) auf eine anfangs spielerisch-ironische Haltung gegenüber den liberalen Massenmedien oder progressiven Politiker*innen hingewiesen, die sich nach und nach in eine milieutypische zynische Haltung entwickelt hat. Eine Entwicklung also, die Nagle (2018: 2–5) mehr als zehn Jahre später auch für die Alt-Right in den USA als Übergang von einer „reaktiv-ironischen“ Haltung hin zu einer „nihilistisch-zynischen“ beschreibt, die sich in erster Linie ebenfalls gegen liberale Politiker*innen oder Medien richtet. Zum Verhältnis von sozialen Medien und dieser Internet-Rechten (*netto uyoku*) in Japan siehe auch Schäfer et al. (2017) und Fuchs und Schäfer (2021).

Phatische Kommunikation dient also in erster Linie dem Aufbau bzw. der Aufrechterhaltung des sozialen Kontakts mit kommunikativen Mitteln, die auch einen simplen Signalcharakter haben können. Die „phatische Funktion“ umfasst daher sowohl eine „kontaktive“ (also „medial“ auf das physische Kontaktmedium bezogene) als auch eine „soziative“ (auf soziale Verbindung als „phatische Gemeinschaft“ gerichtete) Dimension (Gröschel 1983). Das lässt sich besonders gut am bereits angeführten Beispiel des gegenseitigen Grüßens nachvollziehen, dessen Zweck einzig und allein darin besteht, dem Gegenüber zu signalisieren, dass nach wie vor eine Verbindung untereinander besteht. Menschen, die im sozialen Gefüge einer besonders aufmerksamen Nachbarschaft (z.B. auf dem Dorf) aufgewachsen sind, wissen vermutlich, welche dramatischen und langfristigen Folgen es haben kann, wenn man es versehentlich oder absichtlich unterlässt, eine andere Person in diesem Nahumfeld zu grüßen. Die phatische Konnektivität soll „die Kontinuität des Austausches“ sicherstellen, und zwar „durch Zeichen, die ohne jeden spezifischen Inhalt irgendwie bestätigen, dass ‚es‘ abläuft, dass die Kommunikation nicht unterbrochen wird“ (Baudrillard 1989: 15–16). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass phatische Kommunikation wechselseitig ist, aber nicht zwingend diskursiv. Zudem ist sie vergleichsweise unmissverständlich, da sie wie der aus Nullen und Einsen bestehende digitale Binärcode auf der ausschließlichen Affirmation oder Negation von Sozialkontakten beruht. Diese binäre Struktur dürfte einer der wichtigsten Gründe dafür sein, warum die phatische Kommunikation sich so gut für digitale Kommunikation eignet.

Der Clou an den sozialen Medien ist – und darin liegt durchaus auch einer der wichtigsten Gründe für ihre große Popularität –, dass die aus der phatischen Kommunikation hervorgehende konnektive Sozialität zum zentralen Element ihrer Plattformarchitektur gemacht wurde. In der angloamerikanischen Medienwissenschaft haben sich zur Bezeichnung der konnektiven Funktionalität der sozialen Medien die Begriffe „phatic technology“ (Wang et al. 2011) und „phatic culture“ (Miller 2008) durchgesetzt. Soziale Medien sind also vor allem „phatische Medien“, sie generieren und erhalten ein Gefühl der konnektiven Gemeinschaftzugehörigkeit und parasozialen Verbundenheit. Phatisch kommunizieren lässt sich auf den sozialen Medien sehr einfach anhand „funktionaler Kommunikationsoperatoren“ (Thimm et al. 2012: 292), also Gefällt-mir-Buttons, @-Zeichen, Hashtags oder Retweets, durch die sich mit dem bloßen Klicken eines Buttons oder der Verwendung eines Symbols ganz simpel eine phatische Funktion ausführen lässt. Zizi Papacharissi (2015: 34–35) erläutert dies am Beispiel des Hashtags, den sie als „conversational marker“ bzw. „addressivity marker“ bezeichnet. Der Hashtag generiere ein „emotives und kollektivierendes“ Gefühl

von Gemeinschaft, was die besondere „konnektive Affordanz der sozialen Medien“ ausmache (Papacharissi 2015: 27 und 9; Übersetzung von F.S.). Der Gebrauch dieser konnektiven Operatoren ist von den Nutzer*innen sozialer Medien inzwischen genauso habitualisiert wie das phatische Grüßen in den von Malinowski beschriebenen Alltagssituationen. Damit hat sich mit dem Entstehen der sozialen Medien in der Mitte der 2000er Jahre verwirklicht, was Baudrillard (1989: 15–16) bereits in den 1980er Jahren prophezeit hat, dass nämlich „die phatische Funktion in ihrer limitierten Form das ganze Feld der Kommunikation erobern“ werde.

Anhand der von Kate Crawford und danah boyd (2012) vorgenommenen Unterscheidung zwischen „artikulierter“ und „verhaltensmäßiger“ Vernetzung lässt sich die Bedeutung der Konnektivität auf den sozialen Medien genauer nachvollziehen. Unter artikulierter Konnektivität verstehen sie stabilere soziale Bindungen auf den sozialen Medien, die sich anhand der Listen von Freund*innen oder Follower*innen als klassisches soziales Netzwerk darstellen lassen. Diese wiederum unterscheiden sie von der „verhaltensmäßigen“ Konnektivität, die sich aus dem individuellen Kommunikationsverhalten ergibt. Dazu gehören sowohl gepostete audiovisuelle oder textuelle Inhalte als auch das phatische Liken oder Teilen von Posts. Neben der unterschiedlichen Stabilität der verhaltensmäßigen und der artikulierten Konnektivität unterscheiden sich beide auch hinsichtlich ihrer Reichweite. Während die Reichweite der artikulierten Konnektivität auf den Freundes- oder Follower*innenkreis beschränkt ist, reicht die verhaltensmäßige Konnektivität potenziell viel weiter als das artikulierte Netzwerk, da sich Posts, Tweets oder Kommentare weit über das eigene Freund*innen-Netzwerk hinaus verbreiten können, indem sie von Anderen weiter geteilt oder gelikt werden.

Der Soziologe Vincent Miller kommt zu dem Schluss, dass die auf den sozialen Medien vorherrschende „phatische Kultur“ zu einer „Verflachung“ der sozialen Netzwerke und damit zu einem Anstieg der nicht-dialogischen bzw. nicht-informatorischen und habitualisierten Kommunikation geführt hat. Überspitzt ausgedrückt bedeutet dies, dass Likes letzten Endes über die Reichweite eines Beitrags entscheiden und nicht primär dessen Inhalt. Die sozialen Medien unterliegen damit den Regeln einer Aufmerksamkeitsökonomie, die Carolin Gerlitz und Anne Helmond (2013) als „Like economy“ bezeichnet haben. Aufmerksamkeitsökonomie und phatische Kommunikation sind auf den sozialen Medien eng miteinander verwoben, betont Vincent Miller, denn die Nutzer*innen sozialer Medien müssten ihre Kommunikation und die sich in ihr ausdrückende Nähe zu Anderen „verdichten“, um in der drastisch angestiegenen „Ausdehnung“ ihrer

sozialen Netzwerke noch wahrgenommen zu werden. Damit ist nicht nur eine Kompression von Sprache durch gängige Abkürzungen gemeint, sondern vor allem auch die weniger zeitaufwendige phatische Kommunikation mittels der genannten funktionalen Operatoren, die als Ersatz für eine zeitintensive sprachliche und dialogische Kommunikation dienen kann. Durch die funktionalen Operatoren kann mit geringem Zeitaufwand sowohl „Beachtung signalisiert“ als auch „Aufmerksamkeit eingefordert“ werden (Miller 2008: 395; Übersetzung F.S.). Die Dynamik dieser Kommunikation hat sich längst umgekehrt, denn aus der *Möglichkeit* phatisch zu kommunizieren ist fast schon ein *Zwang* geworden. Denn soziale Medien fordern „Gefülsarbeit [...] beständig und eigendynamisch ein“, sie forcieren „affektive Kommentare“ und „emotionale Betroffenheits- und Statusmeldungen“ (Strick 2021: 134).

Wie wir sehen werden, machen sich gerade neurechte und rechtspopulistische Akteur*innen diesen Mechanismus der sozialen Medien strategisch zu nutzen. Denn dass „rechte Inhalte und Positionen – rassistischer, antisemitischer, antifeministischer, antipluralistischer, nationalistischer und gewaltverherrlichen Natur – sich als Eindrucksortierer und Automatismen im Netz fest etabliert haben, ist [...] kein Zufall“ (Strick 2021: 66–67). Insbesondere die radikal verknuppte Sprache, die stark pointierten und grenzüberschreitenden Aussagen und die nicht-dialogische Kommunikation der rechtspopulistischen Diskursstrategie stehen in einer fruchtbaren Wechselbeziehung mit der basalen und binären phatischen Konnektivität der sozialen Medien (vgl. den Abschnitt „Metapolitik“ in Kapitel 3).

1.2 Datenbank als kulturelle Form des digitalen Zeitalters

Unter Datenbanken versteht man strukturierte Sammlungen von zusammengehörigen Informationen. Die beiden Medienwissenschaftler*innen Whitney Phillips und Ryan Milner (2017: 21) nennen neben der „Konnektivität“ auch „Modularität“, „Archivierbarkeit“ und „Zugänglichkeit“ als wichtige Affordanzen der digitalen Medien. Archivierbarkeit und Zugänglichkeit (bzw. „Akzessibilität“) verweisen darauf, dass digitale Inhalte in Datenbanken gespeichert und entsprechend einer für die jeweilige Datenbank charakteristischen Ontologie strukturiert und klassifiziert werden. Mit Modularität wird die Möglichkeit der uneingeschränkten Reproduzierbarkeit und spielerischen Modifizierbarkeit von digitalen Medieninhalten bezeichnet.

Die „Modularität“ digitaler Medieninhalte besteht darin, dass sie sich als autonome Elemente modifizieren und immer wieder neu kombinieren und variieren lassen, und zwar ohne dass dadurch das ursprüngliche Objekt in seiner Integrität beschädigt wird (Manovich 2002: 31). Im Unterschied zum „zerstörerischen Gestus der Avantgarde“ der 1920er Jahre, der sich direkt gegen realistische und figurative Darstellung wandte, indem er „vor allem mit Collage- und Montageverfahren experimentierte“, hat die „Digitalisierung [...] kombinatorische Verschnitte auf der ‚genetischen‘ Ebene (wie z.B. das ‚Morphing‘)“ möglich gemacht, „die Formen der Hybridisierung und genreübergreifenden Synthesen hervorbringen“ (Barck et al. 2005: Bd. 5, 578). Digitale Medienobjekte sind nämlich nicht an die Materialität eines physischen Mediums gebunden, sondern existieren virtuell, gespeichert auf Datenträgern, hinterlegt in Datenbanken (Manovich 2002: 36). Ein neu zusammengesetztes digitales Werk zerstört oder überschreibt das alte also nicht, vielmehr können Altes und Neues als identische Wiederholung (bzw. Kopie) oder als Variante (bzw. Parodie) nebeneinander existieren.

Am Beispiel der Internet-Memes lässt sich diese Kombination aus Wiederholung (Imitation) und Varianz digitaler Medien besonders gut nachvollziehen. Nicht nur die Meme-Kultur, auch die „metapolitische“ Strategie von Rechtspopulist*innen sowie der Neuen Rechten basiert auf sprachlichen Wiederholungen und Varianten von Chiffren und Codes, die strategisch als kommunikative Stilmittel eingesetzt werden (auf den Zusammenhang zwischen Meme-Kultur und Metapolitik wird in Kapitel 3 genauer eingegangen).

Duale Struktur von Datenbank und Interface

Dem Medientheoretiker Lev Manovich (2002) zufolge ist die Datenbank mit ihrer spezifischen, nicht-linearen Ontologie zur „Schlüsselform“ kultureller Ausdrucksformen des digitalen Zeitalters geworden (vgl. auch Burkhardt 2015). Durch sie sei das „privilegierte Narrativ“ der Moderne, sprich die lineare Erzählung, als künstlerisches Ordnungsprinzip abgelöst worden. Schließlich müssen digitale Medienobjekte nicht zwingend eine lineare Geschichte erzählen, benötigen also keinen Anfang und kein Ende, und müssen auch nicht in einer vorgegebenen Reihenfolge rezipiert werden. So sind etwa Spotify-Playlisten oder gespeicherte YouTube-Videos private Sammlungen individueller „Items“, deren Rezeption nicht zwingend in der vorgegebenen Serialität einer Langspielplatte oder des Rundfunkprogramms erfolgt, sondern als gewissermaßen nebeneinander stehende Medienobjekte selektiv konsumiert werden können (Manovich

2002: 218). In der Datenbank offenbart „sich die Welt [...] als endlose und unstrukturierte Kollektion von Bildern, Texten und anderen Datensätzen“ (Manovich 2002: 219). Manovich geht davon aus, dass die neue kulturelle Form der Datenbank nicht nur die Medienrezeption revolutionär verändert hat, sondern die kulturelle und künstlerische Produktion durch ihre spezifische Logik und Ontologie fundamental beeinflusst (Manovich 2002: 223).

Der japanische Philosoph Hiroki Azuma (2009) erläutert die unterschiedlichen Ontologien der Moderne und der Postmoderne, zu der er das digitale Zeitalter zählt, in seinem Buch *Otaku: Japan's Database Animals* anhand zweier jeweils vorherrschender Modi der Medienrezeption. Der Rezeptionsmodus der Moderne lässt sich als Baumstruktur darstellen, bei der die vielen „kleinen Erzählungen“ (die Äste eines Baumes) einzelner literarischer oder künstlerischer Werke aus wenigen dominanten „großen Erzählungen“ (Ideologien, Weltbilder) gespeist werden (der Stamm des Baumes). In der digitalen Postmoderne hingegen lassen sich die kleinen Erzählungen aus in Datenbanken hinterlegten Einzelfragmenten modular und variabel zusammensetzen, was wir eingangs als „Modularität“ und „Archivierbarkeit“ der digitalen Medien bezeichnet haben. Mit der Verbreitung der digitalen Datenbank hat sich aber nicht nur die Produktionsweise kultureller und künstlerischer Objekte radikal verändert, sondern auch ihre Rezeption. Denn digitale Medien bestehen immer „aus einem oder mehreren Interfaces zu einer Datenbank aus multimedialem Material“ (Manovich 2002: 227). Durch die direkte Zugriffsmöglichkeit („Akzessibilität“) auf „modulare“ digitale Medienobjekte in Datenbanken ist nicht nur der Zugriff auf das fertige Medienobjekt über die Interface- bzw. Anwendungsebene möglich, sondern auch auf die diesen Objekten zugrundeliegenden Einzelemente in der Datenbank. Während in der vordigitalen Moderne „Künstler ihre einzigartigen Kunstwerke in einem bestimmten Medium“ geschaffen haben, das Kunstwerk also untrennbar mit der Materialität dieses Mediums verknüpft war (Interface und Datenbank also gewissermaßen untrennbar miteinander verbunden waren), ist es im Falle digitaler Medienobjekte möglich geworden, „unterschiedliche Interfaces zum gleichen Material zu erschaffen“, die dann als „unterschiedliche Versionen der gleichen Arbeit“ existieren können (Manovich 2002: 227).

Mit der Digitalisierung ist es also möglich geworden, sich (legalen oder illegalen) Zugriff auf die einem digitalen Medienobjekt zugrundeliegenden Elemente bzw. Rohdaten zu verschaffen, die in einer Datenbank jenseits der Oberfläche des Nutzerinterface hinterlegt sind. Um es in der eingangs eingeführten Terminologie auszudrücken, ist es grundsätzlich möglich, sich Zugriff („Akzessibilität“) auf die in der Datenbank hinterlegten Elemente („Archivierbarkeit“)

zu verschaffen, und diese zu immer neuen Varianten („Variabilität“) zusammenzufügen („Modularität“). Für diese „Demokratisierung“ der kulturellen und künstlerischen Produktionsmittel hat die Kommunikations- und Marketingtheorie so schillernde Begriffe wie „Prosumer“ (ein Kofferwort aus Produzent*in und Konsument*in) oder „*user-generated content*“ hervorgebracht. Diese Begriffe sind nicht ganz falsch, denn ohne die durch Prosumen*innen generierten Inhalte gäbe es auf YouTube keine Videos und auf Facebook keine Profilseiten.

Die Liste an möglichen Beispielen für das, was Azuma (2009) in seinem Buch als postmodernen bzw. postnarrativen „Datenbankkonsum“ bezeichnet, erscheint schier unendlich. Sie reicht von der selektiven und individualisierten Form des Musikhörens durch die Shuffle-, Playlisten- oder Repeat-Funktionen von Mediaplayern, durch die das einzelne Musikstück aus dem generischen Kontext oder der Reihenfolge eines zeitlich linear gehörten Albums herausgelöst wird, über die zunehmend an die Stelle des Fernsehens gerückte individuelle und fragmentarische Rezeption audiovisueller Inhalte auf Videoplattformen und in Onlinemediatheken bis hin zur Erschaffung von (urheberrechtlich nicht immer legalen) Variationen und Parodien existierender audiovisueller Medieninhalte. Zu Letzteren gehören selbst zusammengeschnittene und auf YouTube hochgeladene Videos genauso wie mit Computerspielen generierte Trickfilme (*Machinima*) oder modifizierte Videospiele (*Mods*). Auch Memes sind ein gutes Beispiel für einen dekontextualisierten und postnarrativen Datenbankkonsum, da sie aus seriellen Variationen von multimedialen Text-Bild-Kombinationen bestehen, die aus einer Datenbank von Texten und Bildern immer wieder neu kreiert werden können (vgl. Kapitel 3).

„Der Spielverderber ist ganz etwas anderes als der Falschspieler. Dieser stellt sich so, als spielt er das Spiel, und erkennt dem Scheine nach den Zauberkreis des Spiels immer noch an.“

Johan Huizinga, *Homo Ludens*