



Universität für angewandte Kunst Wien
University of Applied Arts Vienna

D I P L O M A R B E I T

Do-it-yourself(ie)?

Strategien fotografischer Selbstthematisierung:
Strukturelle Gegebenheiten und individuelle Handlungsmacht
am Beispiel der Selfiepraktik

angestrebter akademischer Grad

M A G I S T R A A R T I U M

(Mag.a art.)

verfasst von

Sarah Gspandl

0748150

Wien, 2015

Eingereicht an der Universität für angewandte Kunst Wien,

Institut für Kunstwissenschaften, Kunstpädagogik und Kunstvermittlung,

Abteilung Kunstgeschichte

Studienrichtung: Bildnerische Erziehung/ Kunst und kommunikative Praxis und
Psychologie und Philosophie (Universität Wien)

Studienkennzahl: S 190 590 299 A

Betreut von: Univ.-Prof. Mag. Dr. Eva Kernbauer

Sen. Sc. Mag. Dr. Edith Futscher

KURZFASSUNG

„Do-it-yourself(ie)“ – dieser Ausspruch ist in Bezug auf die Praktik des „selfie-takings“ nur ein Akt des scheinbaren Selbstproduzierens fotografischer Aufnahmen, denn im Kontext von Social Media werden Selfies gerahmt, mit technologischen, kulturellen und kognitiven Filtern versehen und einer Öffentlichkeit präsentiert. Personen, die Selfies erstellen, stehen im Spannungsfeld unterschiedlichster Interessen, zwischen Fremd- und Selbstregulierung und durchlaufen im Kontext medialer Berichterstattung zahlreiche Zuschreibungen. Parallel dazu werden im Internet Handlungsanleitungen zum „perfekten Selfie“ in Form von Tipps und Tricks, Dos und Don'ts formuliert.

In folgender Arbeit werden zunächst spezielle Merkmale des Selfie als visuelles Kommunikationsmittel hervorgehoben, darauffolgend wird die Präsenz von Selfies in massenmedialen Berichterstattungen thematisiert. Weshalb werden Selfies und deren ProduzentInnen medial mit Narzissmus in Verbindung gebracht? Findet durch den Verweis von Selfies in den medizinischen Bereich eine Disziplinierung von fotografischem Verhalten und Visibilität statt? Diese Fragen werden abschließend zur Diskussion gestellt.

ABSTRACT

“Do-it-yourself(ie)” – relating to the practice of taking selfies this statement is an act of seemingly producing photographs yourself. Within the context of social media selfies are framed, technologically, culturally or cognitively filtered, and presented to the public. Selfies and “selfie-takers” are influenced by external and self-regulation as well as various interests and experience numerous attributions in the context of the coverage of the media. At the same time internet tutorials present instructions for the “perfect selfie”, dos and don'ts and tricks for the best photographic appearance.

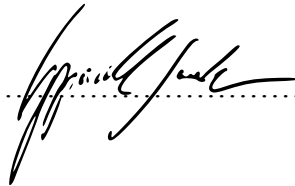
The following thesis first emphasizes the special features of selfies as a visual means of communication. Subsequently, the presence of selfies in mass media will be analysed. Why are selfies and “selfie-takers” linked with narcissism in the media? Does the reference to medicine lead to disciplining photographic performance and visibility? These questions will be put forward for discussion as a last point.

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit versichere ich,

- dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbstständig verfasst, keine andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe,
- dass ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe,
- dass dieses Exemplar mit der beurteilten Arbeit vollständig übereinstimmt.

Wien, September 2015



.....

INHALT

EINLEITUNG	1
1. IM MITTELPUNKT	
Selfies und ihre technologische, kulturelle und kognitive Prägung	5
1.1 Diskurskonstrukt: Reflexionen über Selfies	6
1.2 Näheverhältnisse : Über mediengeschichtliche Vorfahren, Verwandtschaften und Parallelentwicklungen der Selfiepraktik	10
1.3 Einflüsse: Smartphones, Software, Technik-Tools	30
2. IM SCHAUFENSTER	
Von Überwachung, Unterwachung und Selbstvermessung	36
2.1 Online-Projekt: Von privaten und öffentlichen Selfies	40
2.2 „No makeup selfies“, „after sex selfies“, „belfies“: Selfiegenres und Social Media als Feedbacksystem	42
3. DO-IT-YOURSELF(IE)?	
Fotografische Selbstthematisierung: Zwischen regulierenden Mechanismen und individueller Handlungsmacht	46
3.1 Selbstverliebt, eitel, narzisstisch, krank: Die Präsenz von Selfies in massenmedialer Berichterstattung	47
3.2 „Find your bad angles and learn them“: Anleitungen zum perfekten Selfie	56
3.3 „A subject in need of regulation“: Korrekturvorschläge und Formen der Abneigung gegenüber Selfies und deren ErstellerInnen	58
CONCLUSIO	63
LITERATURVERZEICHNIS	65
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	73

EINLEITUNG

„I got no selfie control. I got no selfie control. I got no selfie control. When on my cellphone“¹ wiederholt die Stimme des amerikanischen Rappers Cazwell. Im Musikvideo „No Selfie Control“ ist er mit nacktem Oberkörper auf einem roten satinbezogenen Bett zu sehen. „If you could see me like I do. You'd be in love with me too. Ooh. If you could see me like I do. You'd fall in love with me.“² Der Arm ist ausgestreckt, das Smartphone in der Hand. Der Grund seiner Selfies scheint die Jagd nach Bewunderung und Aufmerksamkeit von „Followern“ zu sein. So stellt er im Song immer wieder die Frage: „What do I have to do. To get you to follow me?“³ Ein ironisches Video als Hommage an „selfie-taker“?

Von PolitikerInnen, prominenten Persönlichkeiten bis hin zu Teenagern drücken Menschen auf den Auslöser ihrer Smartphonekameras, um sich selbst abzulichten und diese Fotografien mit einer Öffentlichkeit zu teilen. Das Selfie, eine fotografische Selbstaufnahme mittels Smartphone, bei der der Abstand zur Kamera eine Armlänge beträgt, wurde in dessen junger Geschichte so populär, dass das Oxford English Dictionary das Selfie 2013 zum Wort des Jahres erklärte. Social Media Plattformen und Mainstream Medien beeinflussten seit 2012 die Popularität von Selfies und 2013 verzeichnete das „Oxford Dictionaries language research programme“ einen „upward trend“ in der Verwendung des Selfie, so Judy Pearsall, Editorial Director von Oxford Dictionaries.⁴

Wird auf der Kommunikationsplattform Twitter das Wort Selfie in die Suchfunktion eingegeben, finden sich in Sekundenschnelle tausende Abbildungen. Täglich wird eine große Anzahl an Selfies via Instagram und anderen Fotodistributionskanälen online gestellt. „Take a picture or video, choose a filter to transform its look and feel, then post to Instagram — it's that easy. You

¹ Cazwell (2013): No selfie control. Veröffentlicht auf Youtube am: 15. Oktober 2013. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=opHxCnQfa44>, [Stand: 28. Juli 2015].

² Ebenda.

³ Ebenda.

⁴ Vgl.: Oxford Dictionaries (19. November 2013): Selfie is named oxford dictionaries word of the year 2013. Abrufbar unter: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>, [Stand: 28. Juli 2015].

can even share to Facebook, Twitter, Tumblr and more. It's a new way to see the world“⁵, wirbt die Foto- und Video-Sharing Plattform Instagram.

Fotografische Abbilder von sich zu erzeugen ist nicht neu. Jedoch ermöglicht die gegenwärtige technologische Einfachheit der Selfieerstellung ein noch nie dagewesenes Ausmaß an Fotografien. Dadurch eröffnen sich für zukünftige Recherchen umfangreiche Bildarchive, die für die Betrachtung der Selfiepraktik auf akademischer Ebene eine interessante Quellenbasis darstellen.

Aufbau der Arbeit

„Do-it-yourself(ie)?“, der Titel der Arbeit verweist auf den Akt des Selbstproduzierens von Selfies. Das Selbst⁶ führt hierbei Regie über die fotografischen Selbstrepräsentationen, kontrolliert den Bildausschnitt, den Zeitpunkt der Aufnahme und kann durch die Bearbeitung der Fotografien an der eigenen Erscheinung basteln. Durch die Erstellung von Selfies und die weitere Entscheidung für jenes der vielen Selfies, mit dem man sich selbst am ehesten identifizieren kann, wird klar, dass das Selbst nichts statisches, klar definierbares sein kann. Die Selfieaufnahmen sind Auswahlmöglichkeiten, Vervielfältigungen, die darauf warten, dass die UserInnen sie als authentisch genug empfinden, um sie

⁵ Instagram (2015): Abrufbar unter: <https://instagram.com>, [Stand: 25. Juli 2015].

⁶ Zum Begriff „Selbst“:

Im Zuge der Arbeit verstehe ich den Begriff des „Selbst“ als ein Thematisieren des eigenen Ich, als einen Akt einer Selbstbezüglichkeit innerhalb sozialer, machtdurchzogener Räume.

Die Tendenz in postmodernen Diskursen ist dahingehend, das Selbst im Plural zu denken, welches sich durch diskursive Prozesse konstruiert, so spricht etwa Helga Bilden „vom ‚Selbst‘ als System von Teil-Selbsten“. (Bilden, Helga (1997): Das Individuum – ein dynamisches Selbst vielfältiger Teil-Selbste. Zur Pluralität in Individuum und Gesellschaft. S. 233. In: Keupp, Heiner/ Höfer, Renate (Hg.): Identitätsarbeit heute: Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.)

Keller spricht hingegen vom Selbst als „ein unbewusster und manchmal auch bewusster Akt des Sich-selbst-Zusammensetzens, ein Zusammensetzen aus seinen Beziehungen“. (Keller, Catherine (1999): Der Ich Wahn. Abkehr von einem lebensfeindlichen Ideal. Zürich: Kreuz Verlag. S. 243.)

Das Selbst verstehe ich als Ansammlung von Selbstrepräsentanzen, durch die eine Person ihr Selbst definiert. Welche Facetten des Selbst in einer Situation zum Vorschein kommen, ist kontextabhängig. Vom Selbst lässt sich nach Kierkegaard als Relationalität sprechen. „Das Selbst ist ein Verhältnis, das sich zu sich selbst verhält“. (Kierkegaard, Søren [1849] (1997): Die Krankheit zum Tode. [Originaltitel: Sygdommen til Døden]. [Aus dem Dänischen übertragen von Gisela Perlet], Stuttgart: Reclam Verlag. S. 13.)

Durch das „selfie-taking“, vollzieht sich ein Umgang mit sich selbst, eine Aneignung von sich und Annäherung an sich durch eine fotografische Handlung, zudem entstehen im Zuge der Kommunikation über Selfies unterschiedliche Interpretationen des Selbst. „Selfie-taking“ ermöglicht Selbstkonstitution, denn was auf den visuellen Selbstthematizierungen zu sehen sein soll und wie man gesehen werden will, kann etwa durch die Auswahl an Objekten und Orten und durch die Verwendung von Smartphones und Software beeinflusst werden. Hierbei entstehen multiple Selbste, fotografische Aspekte des Selbst, die zu unterschiedlichen Zeiten, an unterschiedlichen Orten unterschiedliche Ausprägung erfahren.

in Sozialen Netzwerken zu veröffentlichen. Parallel dazu, stelle ich im Zuge der Arbeit die Frage nach der Kontrollierbarkeit der fotografischen Praktik, die in Social Media-Netzwerke eingebunden ist und sich in einem Spannungsfeld aus Selbst- und Fremdregulierungsdiskursen befindet. „Selfie-taking“ unterliegt technischen Bedingungen und diese beeinflussen die fotografische Ausdrucksweise. Zudem durchlaufen Selfies im Kontext medialer Berichterstattung zahlreiche Zuschreibungen. Die Arbeit fokussiert auf jenen Strang massenmedialer Berichterstattung, welcher das Erstellen von Selfies und Personen, die diese Praktik ausüben, in den pathologischen Bereich verweist. In weiterer Folge werden Beispiele, die „selfie-taker“ als narzisstisch etikettieren, angeführt. Diese Exempel sollen aufzeigen, wie Visibilität pathologisiert, kontrolliert und somit eine jugendkulturelle fotografische Praktik abgewertet, als problematisch angesehen oder das „selfie-taking“ durch Handlungsanleitungen und Zielvorstellungen, etwa in Form von online Tutorials für das „perfekte“ Selfie, zu regulieren versucht wird.

Im Rahmen der Arbeit wird das Selfie sowohl als Praktik als auch als fotografisches Objekt vor dem Hintergrund ästhetischer, ökonomischer und theoretischer Aspekte analysiert. Wichtige Quelle meiner Auseinandersetzung, war das „Selfie Researchers Network“⁷, eine Plattform, die mir den Zugang zu Publikationen internationaler AkademikerInnen mit ähnlichem Forschungsinteresse, ermöglichte. Die methodische Basis der Diplomarbeit bildet ein soziologisch und diskursanalytisch orientierter Zugang, welcher die diskursive Konstruktion von Personen die Selfies erstellen analysiert. In dieser Arbeit werden Selfies im Kontext vielschichtiger Praktiken und Diskurse⁸ gedacht, denn

⁷ Selfie Researchers Network (2014): The selfie researchers network. Abrufbar unter: <http://www.selfieresearchers.com>, [Stand: 25. Juli 2015].

⁸ Zum Begriff „Diskurs“:

Diskurse analysiere ich mit Foucault als Praktiken und Machtkonstellationen. Die Macht des Diskurses ist es, das hervorzubringen, was er benennt. Es ist „[e]ine Aufgabe, die darin besteht, nicht – nicht mehr – die Diskurse als Gesamtheit von Zeichen [...], sondern als Praktiken zu behandeln, die systematisch die Gegenstände bilden, von denen sie sprechen. Zwar bestehen diese Diskurse aus Zeichen; aber sie benutzen diese Zeichen für mehr als nur zur Bezeichnung der Sachen. Dieses *mehr* macht die irreduzibel auf das Sprechen und die Sprache. Dieses *mehr* muss man ans Licht bringen und beschreiben.“ (Foucault, Michel (1981): Archäologie des Wissens. [Originaltitel: L'Archéologie du savoir]. [Aus dem Französ. übertragen von Ulrich Köppen], Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 74.) Diskurse bezeichnen, beschreiben und benennen nicht bloß, sondern bringen das, worüber sie sprechen hervor, sie produzieren. Zugleich finden „Normalisierungen“ statt, die bestimmte Betrachtungsweisen verfestigen, Foucault spricht hierbei von Disziplinardiskursen. Durch sie strukturiert und legitimiert sich Macht.

sich durch Selfies einer Öffentlichkeit im Internet zu präsentieren bedeutet, sich wirkmächtigen Diskursen zu stellen, wie etwa dem Optimierungsimperativ. Institutionen und Mechanismen stehen hierbei in wechselhafter Beziehung zueinander und sollen nicht losgelöst von ihrer Verschränkung gedacht werden. Das Selfiephänomen als Diskurskonstrukt betrachtend, ist daher das Zusammenwirken struktureller Gegebenheiten und individueller Handlungsmacht für die Analyse relevant.

1

IM MITTELPUNKT

Selfies und ihre technologische, kulturelle und kognitive Prägung

Die speziellen Merkmale und Bedeutungen von Selfies werden im ersten Kapitel beschrieben. In Bezug auf das Selfie werden Fragen zur Geschichte des Selbstporträts in Fotografie und Malerei gestellt und das Näheverhältnis zu anderen Formen der Selbstrepräsentation analysiert. Die Serialität fungiert als Verbindungslinie zwischen künstlerischen Praktiken und Selfies und soll an Beispielen hervorgehoben werden, zudem wird das Selfie als neues Genre diskutiert und die Aufspaltung von Selfies in verschiedenste Subgenres mit unterschiedlichsten Normierungen angeführt.

1.1 Diskurskonstrukt:

Reflexionen über Selfies

In medialen Berichterstattungen werden dem Selfie narzisstische Züge angehaftet, der Freundesradius habe sich vergrößert, es sei einfacher geworden ein Publikum für selbstreferenzielle Inhalte zu finden. Es wird von autoerotischen Tendenzen gesprochen und die Praktik mit Eitelkeit und Selbstsucht in Verbindung gebracht.

Stephen Marche, der Autor des Artikels „Sorry, your selfie isn't art“ spricht vom Selfie als Masturbation des Selbstimages:

„The selfie is the masturbation of self-image, and I mean that entirely as a compliment. It gives control. It gives release. When you feel the urge to become an image, you can, with little effort and almost no consequences.“⁹

Zahlreiche Motivationen lägen der Selfieerstellung zugrunde: Durch das Ablichten des Selbst bleibe man in der Erinnerung anderer verhaftet. Zusätzlich ermögliche einem die Selbstdarstellung einen gewissen „Style“, eine Anschauungsweise von einem selbst durch andere zu generieren. Durch die Gestaltung des Fotos, das Gewand, das getragen wird oder den Gesichtsausdruck generierten sich Menschen ein öffentliches Image.¹⁰

„By posting selfies, people can keep themselves in other people's minds. In addition, like all photographs that are posted on line, selfies are used to convey a particular impression of oneself.“¹¹

Karen Nelson-Field vom „Institute for Marketing Science“ der University of South Australia, sieht in den Selfies, die auf Online-Plattformen gestellt werden, Individuen, die sich selbst zur Marke machen: „We now all behave as brands and the selfie is simply brand advertising.“¹²

⁹ Marche, Stephen (24. Juli 2013): Sorry, your selfie isn't art. In: Esquire, The Culture Blog. Abrufbar unter: <http://www.esquire.com/entertainment/a23557/selfies-arent-art/>, [Stand: 23. Juli 2015].

¹⁰ Vgl.: Leary, Mark R. (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].

¹¹ Ebenda. Absatz 5.

Nach dem Motto „it isn't me, it's just one 'me' that I created for you“¹³, ist Robert Arkin, Professor für Psychologie an der Ohio State University, ebenfalls der Ansicht, dass wir durch das Selfie unser Image nach Außen beeinflussen können.

„The selfie (an arm's length close-up self-portrait) photograph is a way to control others' images of us, to get out in front of their judgments, to put an image in their heads with purpose and spunk.“¹⁴

Lynn Schofield Clark, Direktorin des Estlow International Center for Journalism and New Media und der University of Denver, hebt die spielerische Komponente der Selfieerstellung hervor, wenn sie schreibt:

„They can create a moment of playfulness that helps us to recognize the truth about living in culture that celebrates the individual and the spectacle. They can help us to deal with the absurdity of the ordinary in the face of all of that expectation of fame and spectacle.“¹⁵

Diese Interpretationsangebote möchte ich im Rahmen dieser Arbeit nicht im Detail analysieren, jedoch sind sie im Hinblick auf das Selfie als kulturelle Praktik, die im Zuge dieser Arbeit herbeigezoomt wird, wichtige Gedanken.

Selfiedebatten sind vielschichtig, da Selfies mit verschiedenen, oft konträren Vorstellungen und Diskursen verknüpft sind. Der Versuch, das „Selfiephänomen“ zu definieren, ist daher mit Widersprüchen verbunden. Selfies stehen im Zusammenhang mit Normierungen und visuellen Regeln, die eine Kategorisierung nach speziellen Merkmalen erschwert.

Das Oxford English Dictionary definiert das Selfie als „a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and

¹² Nelson-Field, Karen (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].

¹³ Arkin, Robert (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].

¹⁴ Ebenda.

¹⁵ Schofield Clark, Lynn (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].

uploaded to a social media website.“¹⁶ Diese fotografische Praktik wurde in ihrer jungen Geschichte bereits so auffallend betrieben, dass das Selfie vom online Oxford English Dictionary zum Wort des Jahres 2013 ernannt wurde. Für diese Ehre war das eintretende mediale Interesse an Selfies ausschlaggebend. Seit 2012 beeinflussten Social Media Plattformen und „Mainstream Medien“ die Popularität des Begriffes, so Judy Pearsall, Chefredakteurin von Oxforddictionaries.com.¹⁷

Das Selfie beschreibt Alise Tifentale, Doktorandin am Graduate Center of the City University of New York, als ein Selbstporträt, welches mit einem Smartphone aufgenommen wird. Zudem gebe es die Möglichkeit, Selfies in soziale Netzwerke hochzuladen, Optionen des „re-sharing“ zu aktivieren und „Gefällt mir“-Angaben in Form von „likes“ zu generieren.¹⁸

„The Selfie Researchers Network“¹⁹ und die dazugehörige Facebookgruppe stellen für AkademikerInnen, KünstlerInnen, Studierende und ReporterInnen wichtige Austauschplattformen dar und waren auch mir im Zuge der Auseinandersetzung mit dem Selfiephänomen eine wichtige Quelle.

Das Selfie steht im Zusammenhang mit Diskursen über kulturelle Normen, welche Einfluss darauf haben, wie SelfieerstellerInnen sich verhalten oder zu verhalten haben und so antworten Theresa Senft, Professorin an der New York University und Gründerin von „The Selfie Researchers Network“, und Nancy Baym, Principal Researcher bei Microsoft Research, auf die Frage „What precisely is a Selfie“:

„First and foremost, a selfie is a photographic *object* that initiates the transmission of human feeling in the form of a relationship (between photographer and photographed, between image and filtering software, between viewer and viewed, between individuals circulating images, between users and social software architectures, etc.). A selfie is also a practice—a *gesture* that can send (and is often intended to

¹⁶ Oxford Dictionaries (19. November 2013): Selfie is named oxford dictionaries word of the year 2013. Abrufbar unter: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>, [Stand: 28. Juli 2015].

¹⁷ Vgl.: Ebenda.

¹⁸ Vgl.: Tifentale, Alise (2014): The selfie: making sense of the “masturbation of self image” and the “virtual mini-me”. The Graduate Center, the City University of New York (CUNY). S. 11. In: SelfieCity. S. 1-24. Abrufbar unter: <http://selfiecity.net/#theory>, [Stand: 25. Juli 2015].

¹⁹ Selfie Researchers Network (2014): The selfie researchers network. Abrufbar unter: <http://www.selfieresearchers.com>, [Stand: 25. Juli 2015].

send) different messages to different individuals, communities, and audiences. This gesture may be dampened, amplified, or modified by social media censorship, social censure, misreading of the sender's original intent, or adding additional gestures to the mix, such as likes, comments, and remixes.“²⁰

Das Selfie sei fotografisches Objekt und Praktik zugleich und sende unterschiedliche Botschaften an unterschiedliche Individuen oder Gruppen. Selfies können hierbei als Produktionen und Artikulationen von Intimitätsverhältnissen gesehen werden. Diese Praktik könne unterschiedliche Modifizierungen und Ergänzungen durchlaufen, Fehlinterpretationen der ursprünglichen Intention der SelfieerstellerInnen oder Social Media Regulierungen durchwandern. Zudem können durch Kommentare, „Gefällt mir“-Angaben oder Remixes, dem Selfie neue Interpretationen und Konnotationen hinzugefügt werden.²¹

„[I]t is a performance of everyday life that is increasingly narrated through politicizing discourses about how people ought to behave, given particular historical, geographical and cultural norms.“²²

Selfies bewegen sich im Spannungsverhältnis individueller fotografischer Praktiken des Selbstausdrucks und standardisierter Erstellungspraktiken. Sie befinden sich im Wechselspiel von „Do-it-yourself“-Praktiken und Standardisierungen. Zahlreiche Blogs, Websites und Youtube-Tutorials präsentieren Tipps, wie sich der Garten, die Wohnung, der eigene Körper bestmöglich selbst gestalten lassen, und motivieren Menschen zu Praktiken des Selberproduzierens.

Als selbst erstellte fotografische Abbildungen, die eigens auf Online-Plattformen veröffentlicht werden können, seien Selfies Teil einer „Self-Made Culture“²³, so Jens Ruchatz, Professor am Institut für Medienwissenschaft der

²⁰ Baym, Nancy K./ Senft, Theresa M. (2015): What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. S. 1589. In: International Journal of Communication 9 (2015). S. 1588-1606. Abrufbar unter: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4067/1387>, [Stand: 25. Juli 2015].

²¹ Vgl.: Ebenda. S. 1589.

²² Senft, Theresa M. (09. Jänner 2015): What is a selfie? In: Selfies research network (2013): The selfies research network. Facebook Gruppe. Abrufbar unter: <https://www.facebook.com/groups/664091916962292/>, [Stand: 26. Juli 2015].

²³ #SELFIE - Imag(in)ing the self in digital media. International & Interdisciplinary Conference. (23-24. April 2015). Philipps-Universität Marburg. Abrufbar unter: http://www.uni-marburg.de/fb09/medienwissenschaft/forschung/veranstaltungen/%23selfie_cfp, [Stand: 25. Juli 2015].

Philipps-Universität Marburg, Julia Eckel und Sabine Wirth. Die im April 2015 an der Philipps-Universität Marburg abgehaltene Konferenz: „#SELFIE–Imag(in)ing the Self in Digital Media“ stellte das Selfie unter anderem als Teil einer „Selfmade Kultur“ in den Fokus der interdisziplinären Auseinandersetzung:

„Selfies are self-generated, self-selected pictures and therefore can be contextualised as being part of a certain ‘self-made culture’. The imperative of Do-It-Yourself (DIY) abounds in YouTube-tutorials, blogs and other Social Web applications as well as in ‘real-life’- projects such as urban gardening, which promote a logic of ‘doing’, pursuing different forms of participation.“²⁴

Wie etwa das „perfekte Selfie“ auszusehen hat, veranschaulichen zahlreiche Tutorials auf Youtube in denen Menschen über Lieblingsposen und die perfekten Lichtverhältnisse berichten. Dort erfährt man über die Dos und Don'ts, über Aufnahmewinkel und Positionen und kann sich Hilfestellungen und Anleitungen holen, um im virtuellen Schaufenster brillieren zu können. Kim Kardashians wichtiger Tipp: „No duckface“, so die amerikanische Reality TV-Teilnehmerin in einem Video über „perfect selfies“²⁵

1.2 Näheverhältnisse:

Über mediengeschichtliche Vorfahren, Verwandtschaften und Parallelentwicklungen der Selfiepraktik

Die Ursprünge des Selbstporträts haben eine lange Geschichte, die aktuell ihren Höhepunkt der Aufmerksamkeit in der Praktik der Selfieerstellung findet. Diese geht mit neuen Techniken des Produzierens und Veröffentlichens von Fotografien einher. Zusätzlich zu den vielen Interpretationsansätzen des Selfie, ist es wichtig, Selfies in einem größeren geschichtlichen Kontext zu sehen. Daher stellt sich die Frage, in welchem Näheverhältnis Selfies zum Selbstporträt in der Malerei und Fotografie stehen? Als fotografische Vorläufer der Selfies können die „Photo-boots“ gesehen werden. Durch deren Selbstauslöserfunktion und Sofortbild-

²⁴ Ebenda. Absatz 3.

²⁵ Extra TV (2013): Kim Kardashian's tips for the perfect selfie. Veröffentlicht auf Youtube am: 27. November. 2013. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=CUICEPzVSuI>, [Stand: 26. Juli 2015].

generierung, stehen sie in einem Näheverhältnis zu Selfies. Verknüpfungen zwischen künstlerischen Arbeiten und Selfies werden in folgendem Kapitel angeführt und Verbindungslinien zwischen der aus Japan stammenden „Purikura-Fotografie“ und der Selfiepraktik gezeichnet. Durch neue Medien wurden die klassischen Formen der Selbstthematisierung wie Autobiographien, Memoiren und Tagebücher durch Blogs, Homepages und Soziale Netzwerke erweitert. Im Kontrast zu ehemals formellen Formen der Selbstthematisierung wie etwa durch die Beichte, eröffneten sich tendenziell informellere Kommunikationsformen im Internet, so der Soziologe Stefan Selke.²⁶ Er sieht die gegenwärtigen Selbstthematisierungen weniger als Lebensbilanzierungen, sondern vielmehr als „situative Zwischenbilanzierungen“²⁷.

Mit den aufkommenden technologischen Möglichkeiten, einhergehend mit einem zunehmenden „Kontrollwillen“, werde es dem Individuum nun ermöglicht, Aspekte des Lebens wie etwa Gesundheit, Produktivität, Bewegung und vieles mehr zu überprüfen und zu messen. In der Vormoderne ging es eher um die Demonstration von Zugehörigkeit anstelle der Hervorhebung individueller Besonderheiten, so Selke. Lebensläufe waren standardisiert, verbunden mit festen Plätzen in der Gesellschaft, in der Abweichungen von vorgegebenen Regeln diszipliniert wurden. Dies änderte sich mit dem Aufkommen der Aufklärung. Zunehmend drang die eigene Existenz in Form von Selbstbeschreibungen in den Vordergrund, hierbei kann Michel de Montaigne mit seinen „Essais“ als wichtiger Vorläufer betrachtet werden.²⁸ Dies setzt voraus, dass das Selbst für wert erachtet wurde, Gegenstand der Betrachtung und Selbstthematisierung zu sein. Durch Praktiken und Diskurse in der Geschichte wurde Individualität geformt. In Bezug auf das Genre des Selbstporträts in der Malerei rückte erst die Renaissance den Menschen in den Mittelpunkt. Aus einer langen Tradition des Selbstporträts, werden ein paar Exempel angeführt, welche Analogien zur gegenwärtigen fotografischen Praktik der Selbstthematisierung am Beispiel des Selfie aufweisen.

Der Historiker Omar Calabrese spricht vom Selbstporträt als „Diskursform“, als:

²⁶ Vgl.: Selke, Stefan (2014): Lifelogging. Wie die digitale Selbstvermessung unsere Gesellschaft verändert. Berlin: Econ Verlag. S. 190.

²⁷ Ebenda.

²⁸ Vgl.: Ebenda.

„die Summe aus einer grammatischen Kategorie (das ‚Ich‘ oder die erste Person übersetzt in Bilder), einer syntaktischen Struktur (die Reflexivität) und einer Intention (der Wille).“²⁹

Die Bildform Selbstporträt definieren zu wollen, sei jedoch mit Schwierigkeiten verbunden. In einer kritischen Betrachtung verlangen Fragen nach der Bedeutung von „Gattung“, „Repräsentation“ oder dem Verb „porträtieren“ eine Untersuchung.³⁰

Das Selbstporträt in der Malerei stand mit technischem Fortschritt im Zusammenhang. Ab dem 15. Jahrhundert fand der Glasspiegel große Verbreitung und war für KünstlerInnen wichtiges Werkzeug während des Erstellungsprozesses von Selbstporträts, denn, um das eigene Gesicht auf die Leinwand zu bringen, waren zwei voneinander getrennte Blicke erforderlich: der Blick in den Spiegel und jener auf die Leinwand.

Dieser Schritt entfällt bei der Selfieerstellungspraktik via Smartphone: Spiegel und fotografisches Ergebnis fallen zusammen. Durch das Smartphone gebe es zum ersten Mal ein Gerät, durch welches wir unsere Reflexion am Display parallel zur Aufnahme sehen können, so Katie Warfield, Professorin am Department of Journalism and Communication Studies der Kwantlen Polytechnic University.³¹ Spiegel ermöglichten uns, unsere Reflektionen wahrzunehmen, jedoch keine fotografische Aufnahme zu erstellen, so Warfield weiter. Kameras ermöglichten lange Zeit eine fotografische Aufnahme, aber ohne uns dabei sehen zu können. Erst die digitalen Displays und die Frontkamera der Smartphones ermöglichten uns die Gleichzeitigkeit der Aufnahmetätigkeit und Selbstbetrachtung am Display.³²

In Parmigianinos „Selbstporträt im konvexen Spiegel“ (1523 oder 1524) benutzte der Künstler einen konvexen Spiegel, um sich selbst zu betrachten und täuschte mithilfe einer kleinen Holztafel die Krümmung eines konvexen Spiegels vor. Alle dem Spiegel nahestehenden Gegenstände erscheinen vergrößert, so auch

²⁹ Calabrese, Omar (2006): Die Geschichte des Selbstporträts. [Aus dem Ital. übertr. von Elisabeth Wünsche-Werdehausen], München: Hirmer Verlag. S. 31.

³⁰ Vgl.: Ebenda.

³¹ Vgl.: Warfield, Katie (26. März 2014): Why i love selfies and why you should too (damn it). Public lecture at Kwantlen Polytechnic University. Veröffentlicht auf Youtube am: 02. April 2014. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=aOVIJwy3nVo>, [Stand: 25. Juli 2015].

³² Vgl.: Ebenda.

seine sich zeichnende Hand. Bei Parmigianinos Selbstporträt zeigen sich Ähnlichkeiten zum ästhetischen Prinzip von Selfies: der verlängerte Arm, das Gesicht aus einem ungewöhnlichen Betrachtungswinkel, die Nähe zu den BetrachterInnen, die Intimität erzeugt.

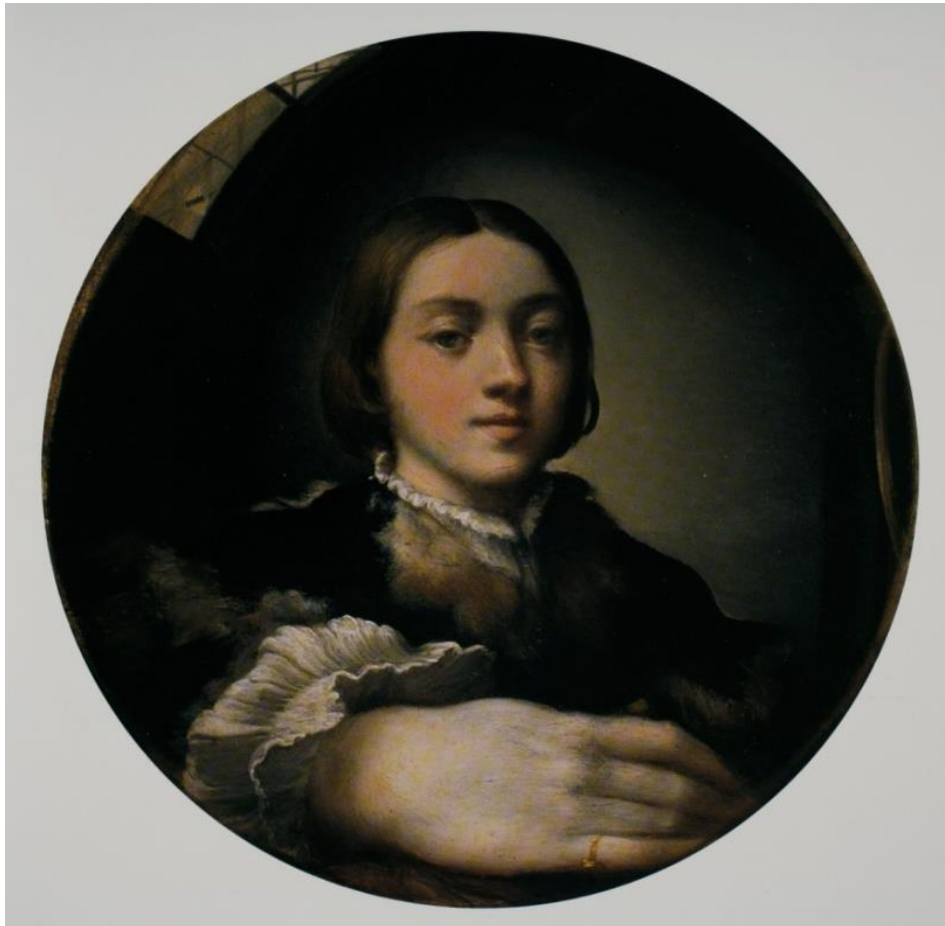


Abb. 1: Parmigianino: Self-portrait in a convex mirror (1524)

Der Künstler und Graphiker Maurits Cornelis Escher erstellte 1935 eine Lithografie die den perspektivisch verkürzten Arm des Künstlers und eine reflektierende Kugel, die er in Händen hält, zeigt. In dieser spiegelt sich das Gesicht Eschers. Der Kunstkritiker Jerry Saltz bezeichnet Eschers Lithografie als wichtiges „pre-selfie“³³.

³³ Saltz, Jerry (27. Jänner 2014): Art at arm's length: a history of the selfie. In: Vulture. Abrufbar unter: <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>, [Stand: 24. Juli 2015].

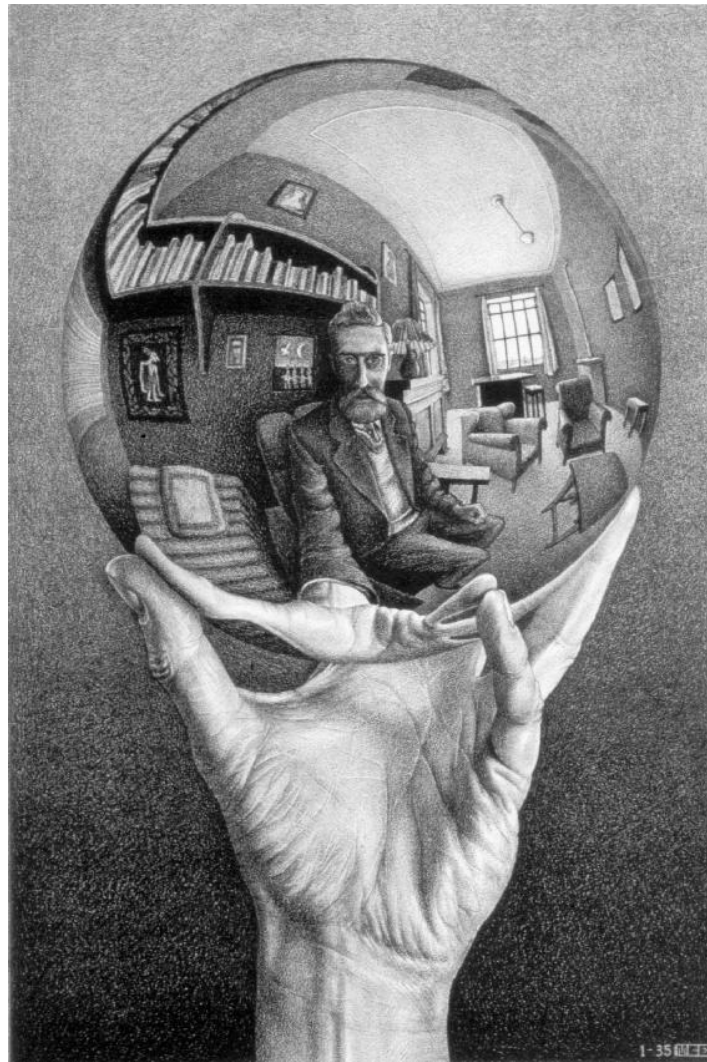


Abb. 2: M. C. Escher: Hand mit spiegelnder Kugel (1935)

Der Spiegel, die technische Errungenschaft des 15. Jahrhunderts, hat sich gegenwärtig auf andere digitale Technologien verlagert. Ermöglichte der Spiegel in der Malerei den MalerInnen, sich bei der Arbeit wahrzunehmen, übernimmt nun das Smartphone die Funktion, sich während der fotografischen Aufnahme zu inspizieren. Das Display des Smartphones tritt als Spiegel zur Selbstschau in Erscheinung, das Handy ist hierbei die Schnittstelle zur Außenwelt. Die Betrachtenden der Selfies fungieren zudem als Spiegel für dieses Selbst, welches durch Kommentare in Interaktion mit einer Öffentlichkeit gerät. Applikationen und Software zur Bearbeitung der Selfies sind digitale Pinsel, Farbe und Palette, und Soziale Netzwerke im Internet fungieren als Leinwand. Das Smartphone in Händen haltend können sich Personen durch die Frontkamera auf dem Display

erblicken, das Smartphone übernimmt das Kommunizieren und blickt auf die betrachtende Person zurück.

Im Internet finden sich zahlreiche „mirror selfies“ auf denen Personen zu sehen sind, die ihr Smartphone auf einen Spiegel richten. Diese AkteurInnen treten als Produzierende auf indem sie sich während des „selfie-takings“ zeigen. Das Handy fungiert hierbei als Insignie, die ins Bildsujet eingebaut wird. Die Kamera ist zugleich aufnehmendes und abbildendes Werkzeug und verstärkt somit den „Do-it-yourself“-Charakter der Abbildungen.



Abb. 3: Mirror selfies, Google screenshot (2015)

Selbstfotografie

Ein Exkurs in die Geschichte der Selbstfotografie führt zurück ins Jahr 1839. Louis Jacques Mandé Daguerre hatte ein praxistaugliches Abbildungsverfahren entwickelt, bereits im selben Jahr wurden Einzelheiten der „Daguerrotypie“ an der Akademie der Wissenschaften in Paris veröffentlicht.

Nachdem Robert Cornelius (1809-1993) in jenem Jahr in New York den Auftrag erhielt, eine Kamera nach daguerreschem Vorbild zu entwickeln, unterbreitete er am 06.12.1839 seine fotografische Selbstaufnahme der American Philosophical Society. Seine Abbildung kann als erste erhaltene fotografische Selbstaufnahme in der Geschichte der Fotografie in Amerika bezeichnet werden. Sie zeigt Cornelius leicht dezentriert mit Blick in die Kamera. Bis zu diesem Zeitpunkt waren Personenaufnahmen aufgrund ihrer langen Belichtungszeiten schwer möglich, zudem erstreckte sich das Verharren in regungsloser Pose über mehrere Minuten und stellte für die Posierenden, trotz Stützen für Kopf und Körper, eine schwer zu bewältigende Herausforderung dar, die zu verwackelten fotografischen Ergebnissen führte. Durch die Veröffentlichung seines fotografischen

Selbstporträts erbrachte Robert Cornelius den Beweis für die Funktionstüchtigkeit seines nachgebauten Apparates.³⁴

Automatenfotos

Die Vorläufer der Smartphones mit Frontkamera waren Automatenfotos, die es Personen ermöglichten, während der fotografischen Aufnahme in den Spiegel zu blicken und nach relativ kurzer Entwicklungszeit eine fotografische Aufnahme in Händen zu halten.

1890 ließ der Hamburger Conrad Bernitt seinen nach dem Zauberkünstler Giovanni Bartolomeo Bosco benannten Fotoautomaten patentieren. Nach dem Einwurf eines Geldstückes nahm dieser Porträutomat die davor stehende Person auf und bereits nach drei bis vier Minuten hielt diese eine Selbstaufnahme auf schwarz lackiertem Eisenblech in der Hand. Als erster kommerziell erfolgreicher Automat zur Selbstaufnahme eines Schnellporträts kam der „Bosco-Automat“ ab 1894 auf Volksfesten und Jahrmärkten zu großem Einsatz.³⁵

Anatol Josephos „Photomaton“, welcher binnen acht Minuten, Papierbilder anstatt Blechfotos erstellte, eroberte 1926 den Markt. Am New Yorker Broadway aufgestellt, wurde er ein großer Erfolg und zog täglich mehrere tausend Menschen vor die Linse.

Die fotografischen Selbstporträts von SurrealistInnen wie André Breton, Max Ernst, Suzanne Muzard oder Yves Tanguy zeigen die Begeisterung, der KünstlerInnen über den Einzug des Fotoautomaten in Paris. Diese damaligen Aufnahmen weisen optische Ähnlichkeiten zu Selfies auf³⁶, so zeigen sich die KünstlerInnen mit Grimassen und Posen.

³⁴ Vgl.: Hannavy, John (2008): Encyclopedia of nineteenth-century photography. New York: Routledge. S. 339 und vgl.: Häussler, Franz (2004): Fotografie in Augsburg, 1839-1900. Augsburg: Wißner Verlag. S. 64-66.

³⁵ Vgl.: Häussler, Franz (2004): Fotografie in Augsburg, 1839-1900. Augsburg: Wißner Verlag. S. 64-66 und vgl.: Pellicer, Raynal (2010): Photobooth. The art of the automatic portrait. [Aus dem Französisch übertragen von Antony Shugaar], New York: Abrams. S. 17.

³⁶ Vgl.: Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. Basingstoke: Palgrave Macmillan. S. 42f.

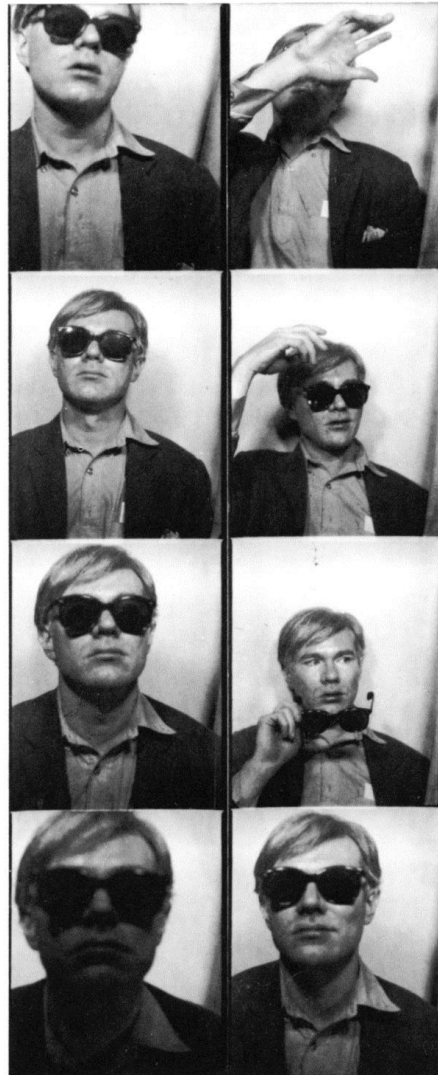


Abb. 1 Andy Warhol, *Selbstporträts aus dem Fotoautomaten*, um 1964. Automatenfotos, zwei Streifen, je 19,7 x 4,1 cm. Sammlung Robert Mapplethorpe

Abb. 4: Andy Warhol: Selbstporträts aus dem Fotoautomaten (1964)

Sie nutzten den Fotoautomat als Mittel zur Untersuchung des Selbst und als Spielobjekt, so Raynal Pellicer in seinem Buch „Photobooth. The art of the automatic portrait“. Am 15. Dezember 1928, im belgischen Magazin „Variétés: Revue Mensuelle Illustrée de L'Esprit Contemporain“, schrieb eine Gruppe SurrealistInnen über den Fotoautomat folgende Worte:

„The Photomaton is an automatic device that provides you, in exchange for a five-franc token, with a strip of eight attitudes caught in photographs. Photomaton, I've been seen, you've seen me, I've often seen myself. There are fanatics who collect hundreds of their 'ex-

pressions'. It is a system of psychoanalysis via image. The first strip surprises you as you struggle to find the individual you always believed yourself to be. After the second strip, and throughout the many strips that follow, while you may do your best to play the superior individual, the original type, the dark fascinating one, or the monkey, none of the resulting versions will fully correspond to what you want to see in yourself.³⁷

Jill Wallker Rettberg, Professorin für „Digital Culture“ an der Universität Bergen, fügt, sich darauf beziehend, Gedanken zum Kontrollaspekt des Fotoautomaten hinzu: „The analogue, physical photobooth both gave and refused to give the subject control over their own image.“³⁸ Das Selfie gehe einen Schritt weiter und ermögliche es, Aufnahmen zu bearbeiten, zu löschen oder zu wiederholen und biete darüber hinaus die Möglichkeit, die Aufnahmen mit einer großen Masse virtuell zu teilen. Der Moment der Selbstaufnahme ist sowohl beim Fotoautomat als auch beim Selfie intim, schreibt Rettberg. Niemand anderer bediene die Kamera oder gebe Positionsanweisungen:

„There is nothing there but the person herself and the machine, the camera. There is no other human to operate the camera or to tell you how to pose or to make you embarrassed – unless the photograph is of several people, which was often the case in a photobooth as it is in today's selfies.“³⁹

Purikura-Fotografie

Als Vorgänger aber auch als zur Selfieerstellung parallel existierende Praktik kann die Purikura-Fotografie gesehen werden. In „The social uses of purikura: photographing, modding, archiving and sharing“, beschreibt Daisuke Okabe gemeinsam mit Kollegen die Purikura-Fotografie, als eine in den 1990ern in Japan entstandene fotografische Praktik. Bei Purikuras handelt es sich um Abbildungen von Personen in Form von Fotostickern, die mit Hilfe eines

³⁷ In: Pellicer, Raynal (2010): Photobooth. The art of the automatic portrait. S. 92.

³⁸ Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 43.

³⁹ Ebenda. S. 44.

Fotoautomaten erstellt, bearbeitet und vor Ort ausgedruckt werden können. Die Abbildungen auf dem Stickerpapier werden in Alben eingeklebt oder können mit Freunden geteilt oder getauscht werden. Die wertvollsten Purikuras werden, so Okabe, auf Handys geklebt, auf Spiegel, Etais für Stifte oder untereinander getauscht. Diese individuell gestalteten Alben zeigen Abbildungen von Gruppenaufnahmen, dienen als analoges Display von Freundschaftsverhältnissen, Peer-Status, Aktivitäten, Vorlieben und zeigen die Gestaltungskompetenzen der ErstellerInnen durch die Bearbeitung der Fotos im Purikuraautomaten.⁴⁰

„This sharing culture performs the social function of displaying taste, fashion, and peer status in a format that is creative and fun and creates an opportunity for gossip.“⁴¹

Anders als bei fotografischen Aufnahmen mit einem Smartphone ist die Purikura-Fotografie an einen bestimmten Ort gebunden.

⁴⁰ Vgl.: Okabe, Daisuke/ Ito, Mizuko/ Shimizo, Aico/ Chipchase, Jan (2006): The social uses of purikura: photographing, modding, archiving, and sharing. California: Ubicomp 2006. The Eighth International Conference of Ubiquitous Computing. S. 3. Abrufbar unter: <http://www.itofisher.com/mito/okabe.purikura.pdf>, [Stand: 25. Juli 2015].

⁴¹ Ebenda.



Cougar. VanCougar. @daitenpuma · 24. Apr.

This is from my last trip it on Japan in '09. This was taken in a フリクラ (purikura > "print club") booth. (;X~X)

Abb. 5: Purikura-Fotografie, Twitter screenshot (2015)

„Unlike handheld photography, purikura photos enable people to easily take photos of every member assembled, without fussing with camera timers or trying to photograph oneself at arms length.“⁴²

Smartphonetechnologien ermöglichen in jeder Situation, Fotografien zu erstellen und mit anderen zu teilen. So kann auf die Frage „wo bist du gerade“ in Sekundenschnelle eine fotografische Antwort gesendet werden. Auf Fotosharing-Plattformen, wie „Tumblr“ oder „Pinterest“, lässt sich die Tendenz der Kommunikation durch Abbildungen und die Reduktion des wortsprachlichen Anteils beobachten: Personen präsentieren ihre Interessen, Hobbies und Zugehörigkeit mittels zahlreicher Abbildungen, zwar ist das Gesicht der Person auf den Abbildungen nicht immer ersichtlich, jedoch beinhalten die Abbildungen

⁴² Ebenda.

Informationen über deren Vorlieben und Tätigkeiten, solche selbstreferenziellen Abbildungen könnte man als indirekte Selfies bezeichnen.

In wiederholter Form:

Über „Status-Updates“, „I am still alive“ und „time lapse selfies“

Täglich wird eine große Anzahl an Selfies via Online-Plattformen veröffentlicht. „Fang den Augenblick ein und teile ihn mit anderen auf der ganzen Welt“⁴³, verkündet die Plattform Instagram.

In folgendem Abschnitt werden die künstlerischen Arbeiten von Friedl Kubelka, On Kawara und Eleanor Antin angeführt. Sie zeigen Repräsentationen des Selbst, die seriellen Charakter aufweisen, als verbindendes Element zu gegenwärtigen Selfiepraktiken, fungiert die Einbindung der Lebenszeit.

Selfies haben seriellen Charakter, sie visualisieren Variationen des Selbst in wiederholter Form und können daher als simultane, serielle Spieglein gesehen werden, die wir ständig updaten wollen. Somit lässt sich ein erstelltes Selfie als ein aktuelles Status-Update unseres sich ständig verändernden Selbst und der Kontexte, in denen wir uns bewegen, bezeichnen. Im Wissen um diesen seriellen Charakter ist es wichtig, Selfies auch als Teil einer Serie von aufeinanderfolgenden Status-Updates zu betrachten.

Digitale Selbstpräsentationen seien, so Rettberg, kumulativ, die Online-Präsenz würde oft aus einer kontinuierlich erweiterten Anzahl an Selfies und Postings bestehen. So wie eine Textnachricht einen Aspekt des Selbst ausdrückt, würden auch die versendeten Selfies Versionen des Selbst zeigen.⁴⁴

Das Serielle als künstlerische Praxis beschäftigte diverse KünstlerInnen wie etwa die Fotografin Friedl Kubelka, die 1972 im Zuge eines Langzeitprojektes über ein Jahr hinweg Fotografien von sich erstellte. Hierzu wurden in „Protolle 74“ folgende Zeilen Kubelkas veröffentlicht:

„Die Idee entstand während einer Taxifahrt mit Hans Neuffer. Ein halbes Jahr später erfuhr ich, daß sie nicht neu sei. Für mich aber war die Ausführung einer konsequenten Arbeit sehr neu. Ich lernte, daß

⁴³ Instagram (2015): Abrufbar unter: <https://instagram.com>, [Stand: 25 Juli 2015].

⁴⁴ Vgl.: Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 35.

eine geduldige und regelmäßige Tätigkeit, selbst wenn man ihr an vielen Tagen keine Beachtung schenkt, tieferen Einfluß auf Geist und Seele nimmt als Sensationen und euphorische Zustände. Vom 22.3.1972 bis zum 21.03.1973 habe ich versucht, mich jeden Tag zu photographieren. Die freien Felder bezeichnen Aggressionen gegen den Vorsatz, Gleichgültigkeit oder Vergessen. Die Arbeit an den entstandenen Photos schwankte zwischen selbstgefälliger Vervielfachung, Routine und Zucht. Folgende Erkenntnis hatte ich in den letzten Monaten des Jahres 1972: Narzißmus hat nicht viel mit Äußerlichkeit und Ästhetik zu tun, vielmehr ist er die Unfähigkeit, sich auf Gefühle und Reaktionen anderer Menschen einzustellen. Der Narziß kann keine andere Welt als seine eigene erkennen, alles, was er der Realität entnimmt, wird verzerrt in die eigene geistige Enge hineingepreßt, in der er schmerzhaft das Zentrum bildet.“⁴⁵



Abb. 6: Friedl Kubelka: Das erste Jahresportrait (1972/73)

⁴⁵ Kubelka-Bondy, Friedl: Spiegel. In: Breicha, Otto (Hg.) (1974): Protokolle 74/2. Wiener Halbjahresschrift für Literatur, bildende Kunst und Musik. Wien: Jugend & Volk Verlag.

Analogien zu Selfies als Kurzmitteilungen oder Status-Updates finden sich bei den Projekten von 1969-1978 des japanischen Künstlers On Kawara. Täglich versendete er Postkarten vom jeweiligen Aufenthaltsort mit der genauen Uhrzeit seines Aufwachens und dem Satz „I GOT UP AT“. Ab 1970 begann er mit seiner Serie „I AM STILL ALIVE. ON KAWARA“. Indem er den EmpfängerInnen Telegramme sendete, versicherte ihnen On Kawara seine Existenz. Seine Nachrichten sind Momentaufnahmen in denen, wie bei Kubelkas Jahresporträts, die Einbindung der Lebenszeit eine zentrale Rolle spielt.

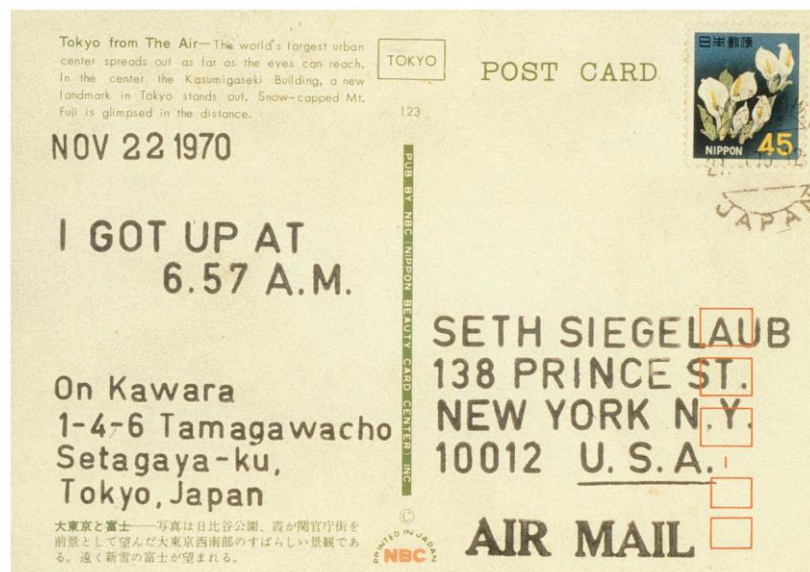


Abb. 7: On Kawara: I got up at (1970)

Die Veränderungsprozesse ihres Körpers visualisierte Eleanor Antin in ihrer Performance „Carving: A Traditional Sculpture“ (1972). Antin fotografierte im Zeitraum einer fünfwöchigen Diät täglich ihren nackten Körper und dokumentierte den damit verbundenen Gewichtsverlust.

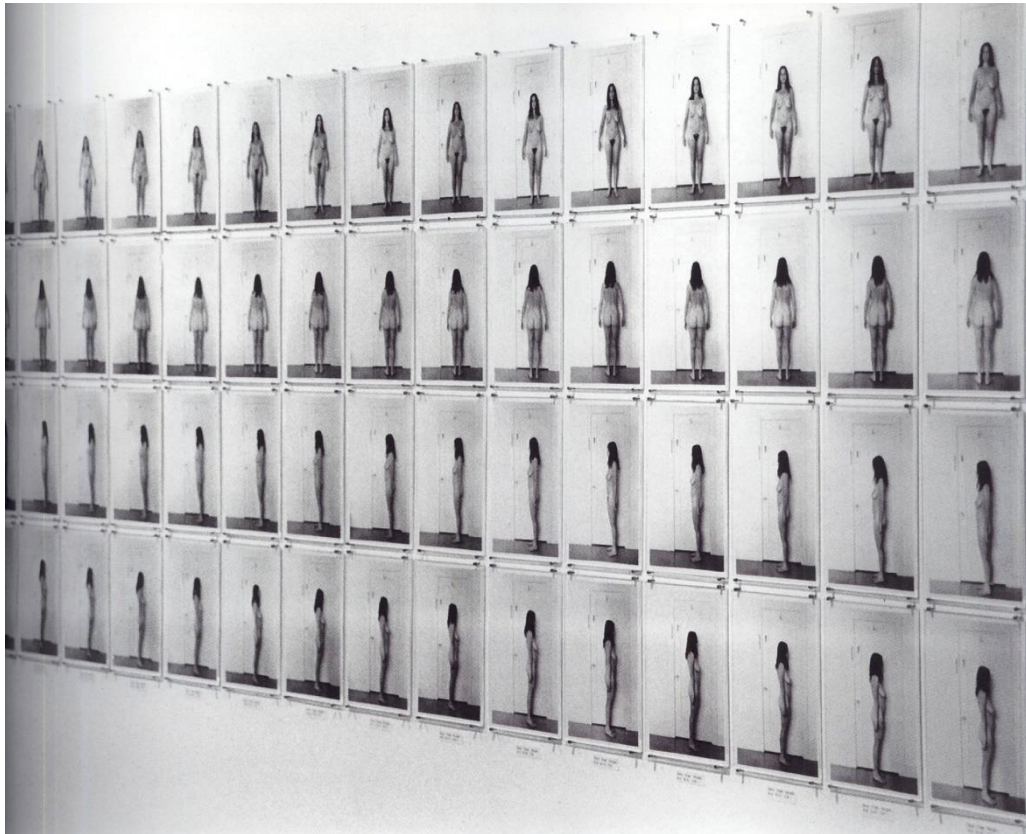


Abb. 8: Eleanor Antin: Carving. A traditional sculpture (1973)

Auf Youtube finden sich zahlreiche serielle Selbstrepräsentationen, die in einzelnen Aspekten, Analogien zu Projekten von KünstlerInnen aufweisen. Es sind dies festgehaltene Veränderungsprozesse, Dokumente des Alterns. Hinzu kommt die Ähnlichkeit der Selbstrepräsentation in Serie mit der langen Tradition des Tagebuchschreibens, bei welchem sich Aufzeichnungen und Beobachtungen von Einzelpersonen innerhalb eines Zeitraums auf Papier verdichten. Stefan Selke schreibt in Bezug auf diese Selbstporträts im Zeitraffer von einem „Zeitmaschinen-Effekt“⁴⁶.

⁴⁶ Selke, Stefan (2014): Lifelogging. Wie die digitale Selbstvermessung unsere Gesellschaft verändert. S. 317.

„Im Zeitraffer dampfen die Bildserien, die über Jahre mit eiserner Selbstdisziplin angefertigt wurden, auf nette Youtube Filmchen zusammen, die auch in Serie konsumiert werden können.“⁴⁷

Fotografisch aufgenommene Selbstporträts von Menschen, die sich über einen längeren Zeitraum hinweg fotografierten und diese Fotografien im Zeitraffer abspielen, finden sich im Internet in großen Mengen. Jill Walker Rettberg nennt sie „time lapse selfies“⁴⁸. Täglich werden Selbstporträts online veröffentlicht, der Soziologe Stefan Selke spricht von einem eigens dafür entwickelten Genre, welches unter dem Namen „The daily photo projects“ startete.⁴⁹ Als Beispiel kann hier das Projekt des Künstlers Jonathan Keller angeführt werden. „The adaption to my generation“⁵⁰ ist ein Fotoprojekt Kellers welches er im Zeitraum vom 01. Oktober 1998 bis 2014 realisierte. Täglich erstellte er ein Selbstporträt und veröffentlichte seine zu einem Video zusammengeschnittenen Abbildungen unter dem Titel „Living my life faster“⁵¹.

The Adaption to My Generation

a daily photo project

[Info & FAQs](#) [Related Photo Projects](#)

16-year Video

[show 8-year Video](#)



Living My Life Faster, 2014, 9:26 minutes

Samples (Chronologically)

[load new samples](#)



Photo Grid

[load full grid](#)



Abb. 9: Jonathan Keller: Living my live faster (1998-2014)

⁴⁷ Ebenda.

⁴⁸ Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 36.

⁴⁹ Vgl.: Selke, Stefan (2014): Lifelogging. Wie die digitale Selbstvermessung unsere Gesellschaft verändert. S. 315.

⁵⁰ Keller, Jonathan (2014): The adaption to my generation. A daily photo project. Abrufbar unter: <http://jk-keller.com/daily-photo/>, [Stand: 25. Juli 2015].

⁵¹ Ebenda.

What's up?

Das Selfie als Kommunikationsmedium

Die Verhaltensweise, fotografische Abbilder zu erstellen, ist nicht neu, jedoch ermöglicht die gegenwärtige technologische Einfachheit der Selfieerstellung ein noch nie dagewesenes Ausmaß an Fotografien. Die Distribution der Bilder in Echtzeit via Instagram oder anderen Sozialen Netzwerken und die große Menge der Bilder unterscheidet das Phänomen Selfie grundlegend von den genannten fotografischen Vorfahren.

Selfies werden wie Textmitteilungen versendet, auf Social Media-Plattformen hochgeladen werden sie zum Gegenstand der Kommunikation.

„[...] it is about showing your friends and family your elation when you're having a good day or opening a dialogue or line of communication using an image the same way you might simply text 'hi' or 'what's up'.“⁵²

Die Soziologin Sherry Turkle untersucht bereits seit über fünfzehn Jahren die Beziehung zwischen Menschen und ihren technischen Geräten. In ihrem Artikel „The documented life“ in der New York Times schrieb sie, dass zu dem Bedürfnis des Teilens von Gedanken nun auch verstärkt das Bedürfnis des Besitzens einer Fotografie des erlebten Moments hinzukomme. Um unser Leben zu dokumentieren, versetzen wir uns in einen Modus des Pausierens, um Fotografien zu erstellen, Mails zu empfangen oder Kurzmitteilungen zu schreiben. Um einen Augenblick zu markieren, werde dieser durch das Selfie unterbrochen.⁵³

„Technology doesn't just do things for us. It does things to us, changing not just what we do but who we are. The selfie makes us accustomed to putting ourselves and those around us 'on pause' in order to document our lives. It is an extension of how we have learned to put our conversations 'on pause' when we send or receive a text, an

⁵² Wortham, Jenna (19. Oktober 2013): My selfie, myself. In: The New York Times. Abrufbar unter: <http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html>, [Stand: 25. Juli 2015].

⁵³ Vgl.: Turkle, Sherry (15. Dezember 2013): The documented life. In: The New York Times. Abrufbar unter: <http://www.nytimes.com/2013/12/16/opinion/the-documented-life.html>, [Stand: 25. Juli 2015].

image, an email, a call. When you get accustomed to a life of stops and starts, you get less accustomed to reflecting on where you are and what you are thinking.“⁵⁴

Die Professorin für Digital Culture Jill Walker Rettberg schreibt, dass das Fotografieren als Ritual lange Zeit wichtige Events markierte.⁵⁵ Jedoch sei durch die Einfachheit technologischer Geräte und den geringen Kostenaufwand, Fotografie nicht mehr nur ein Dokumentieren von etwa Geburtstagen, Urlaub, Feier- und Festtagen. „Photography is no longer about documenting social rituals, but about documenting the everyday.“⁵⁶

Die Fotografie ist von einem Mittel der Dokumentation zu einem Kommunikationsmedium geworden. Der Reiz der Selfieerstellung liegt in der Möglichkeit, sich selbst und andere in einem bestimmten Augenblick abzulichten und diese Abbildung mit Menschen in Echtzeit zu teilen. An die Stelle einer Fotografie zur Dokumentation von Vergangenheit à la „dies war ich“ tritt eine fotografische Mitteilung in Echtzeit: „dies bin ich gerade“, „hier bin ich“. Der Historiker Geoffrey Batchen spricht von einem Wandel der Fotografie:

„The camera was used to record something that happened so it could be remembered. Now it’s used immediately. It’s uploaded to Facebook to say, ‘Here I am in Istanbul’ or whatever, so it also goes back and forth between personal and promotional use. It really represents the refashioning of the self for a semipublic view.“⁵⁷

Galt die Fotografie lange als Medium der Erinnerung, gehe es nun um das „Now“⁵⁸. Das Hier und Jetzt sei relevant und die Intention der SelfieerstellerInnen läge darin, von anderen möglichst in Echtzeit in sozialen Netzwerken gesehen zu werden. Selfies, so der Kunstkritiker Jerry Saltz, entstünden niemals zufällig:

⁵⁴ Ebenda.

⁵⁵ Vgl.: Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 53.

⁵⁶ Ebenda.

⁵⁷ Batchen, Geoffrey. In: Colman, David (30. Juni 2010): Me, myself and iPhone. In: The New York Times. Abrufbar unter: <http://www.nytimes.com/2010/07/01/fashion/01ONLINE.html?pagewanted=all&r=0>, [Stand: 25. Juli 2015].

⁵⁸ Vgl.: Saltz, Jerry (26. Jänner 2014): Art at arm’s length: a history of the selfie. In: Vulture. Abrufbar unter: <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>, [Stand: 25. Juli 2015].

„They are never accidental: Whether carefully staged or completely casual, any selfie that you see had to be approved by the sender before being embedded into a network. This implies control as well as the presence of performing, self-criticality, and irony. The distributor of a selfie made it to be looked at by us, right now, and when we look at it, we know that. (And the maker knows we know that.)“⁵⁹

Saltz spricht von Selfies als „instant visual communication“⁶⁰, diese würden darüber Auskunft geben, was wir gerade tun, wo wir uns mit wem befinden, wie wir uns sehen und wen wir als unsere BetrachterInnen vermuten. Zudem habe das Selfie Einfluss auf das private und öffentliche Verhalten von Individuen, auf deren Zeitwahrnehmung, Humor- und Ironieverständnis. Hinzukommend beeinflusse die Selfiepraktik Aspekte der sozialen Interaktion, des Selbstbewusstseins und der Körpersprache.⁶¹

Durch den Fotografie-„Trend“ des Selfie eröffnet sich für zukünftige Recherchen ein umfangreiches Bildarchiv. „Bilder [...] verschaffen uns die Möglichkeit, die Vergangenheit besser zu ‚imaginieren‘“⁶², schreibt der Historiker Peter Burke. Er bezeichnet Bilder als „stumme Zeitzeugen“⁶³, deren Aussagen mit Worten zu fassen, sei mit Schwierigkeiten verbunden.

Details, die Selfies jedoch direkt oder indirekt visualisieren, sind Hinweise auf die Lokalisation des Selbst. „Ich bin hier“, oder „das ist mein Badezimmer“, „meine Freunde und ich“, „what’s up“.

Im Rahmen:

Das Selfie als neues visuelles Genre

Zuvor wurden Verbindungslinien zwischen Selfies und künstlerischen Praktiken nachgezeichnet und das Näheverhältnis des Selfie zum Selbstporträt in der Malerei und zur analogen Selbstfotografie herausgearbeitet. Von Vorformen des Selbstporträts unterscheiden sich Selfies nicht zuletzt durch formale Charakteristika, Bildkomposition und Technik, sondern auch durch deren

⁵⁹ Ebenda.

⁶⁰ Ebenda.

⁶¹ Vgl.: Ebenda.

⁶² Burke, Peter (2003): Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quellen. [Aus dem Englischen übertragen von Matthias Wolf], Berlin: Verlag Klaus Wagenbach. S. 14.

⁶³ Ebenda. S. 15.

Kurzlebigkeit und durch das Auftreten als eines von vielen, so Jerry Saltz.⁶⁴ Selfies werden in großen Mengen und von vielen Menschen erstellt und auf Social Media Plattformen veröffentlicht. „It’s possible that the selfie is the most prevalent popular genre ever.“⁶⁵

Als populäres Genre, welches in den letzten Jahren große Verbreitung fand, kann das Selfie als neues visuelles Genre der Fotografie gesehen werden. Zugleich kann das Selfie als Subgenre des Selbstporträts interpretiert werden und als dieses exemplarisch für den „Digital Turn“ in der traditionellen Fotografie stehen, so Alise Tifentale. Sie spricht vom Selfie als einem Nebenprodukt gegenwärtiger technologischer Entwicklungen und als solches habe es Ähnlichkeiten zur fotografischen Praxis der „Kodak Brownie Kamera“, die in den Anfängen des 20. Jahrhunderts durch das neue Konzept des fotografischen Schnappschusses die Massen begeisterte.⁶⁶ Innerhalb des Genres lassen sich Unterscheidungsmerkmale zu anderen Selbstporträts formulieren, so ist etwa die Entfernung einer Armlänge zwischen Person und Kamera das ästhetische Prinzip der Selfies. Durch den Abstand einer Armlänge zwischen Linse und Person entsteht ein Bildausschnitt, der sich von anderen Porträtaufnahmen maßgeblich unterscheidet. Mittlerweile erfreuen sich jedoch auch „Selfie Sticks“ zunehmender Beliebtheit, wodurch der Arm durch eine Teleskopstange künstlich verlängert werden kann.

Das „welfie“ (workout selfie), „belfie“ (butt selfie), „mirror selfie“, „drelfie“ (drunken selfie), um nur ein paar wenige zu nennen, sind Subgenres, die sich innerhalb des Selfiegenres entwickelten und sich durch spezifische Normierungen, Regeln und Standards auszeichnen. Sie können als Unterkategorien des Selfie bezeichnet werden.

„The medium is a big part of the message“⁶⁷, schreibt José van Dijck, Professorin für Comparative Media Studies an der Universität Amsterdam. Unterschiedliche Arten des Selfie seien auf den verschiedenen Social Media-Plattformen zu finden. So würden die Fotos auf Facebook dazu tendieren,

⁶⁴ Vgl.: Saltz, Jerry (26. Jänner 2014): Art at arm’s length: a history of the selfie.

⁶⁵ Ebenda.

⁶⁶ Vgl.: Tifentale, Alise (2014): The selfie: making sense of the “masturbation of self image” and the “virtual mini-me”. The Graduate Center, the City University of New York (CUNY). S. 8.

⁶⁷ Van Dijck, José (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the ‘selfie’. Oxford University Press’s Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 25. Juli 2015].

normales und glückliches Aussehen in den Vordergrund zu stellen. Anders auf der Plattform Instagram: hier seien viele stylische Fotos zu finden. Ein stilisiertes Foto der neuen Tasche, des schönen Ehemanns oder der süßen Kinder werde repräsentiert. Fotos, die via Snapchat erstellt wurden, lösen sich in weniger als zehn Sekunden auf, sie seien dazu gemacht, davon zu gleiten.⁶⁸ Daraus zieht van Dijck folgende Conclusio: „So each selfie peculiarly reflects the flair and function of the platform through which it is posted, perhaps even more so than its sender’s taste.“⁶⁹

Durch das Spontane, die Aufnahme eines Augenblicks, unterscheidet sich das Selfie von fotografischen Selbstporträts der Vergangenheit, deren Erstellung mit einem hohen technischen und zeitlichen Aufwand und Kosten verbunden war. Die Social Media-Technologie vereinfachte nicht nur die Erstellung von Fotografien sondern auch deren Verbreitung im Internet.

1.3 Einflüsse:

Smartphones, Software, Technik-Tools

Momente des Lebens werden durch technische Medien und Softwaretechnologien vermittelt. Selfies sind technisch konfiguriert, die Smartphonekamera inklusive Software, Applikationen und soziale Netzwerke beeinflussen sowohl die Produktion als auch die Modifikation von Selfies.

Das (Macht)verhältnis zwischen Selfies, Smartphone und Software wird im Zuge dieses Absatzes näher analysiert, zudem werden Selfies als „gefilterte“ Medien beschrieben. Filter können, so Jill Walker Rettberg, technologisch, kulturell oder kognitiv sein und in unterschiedlichen Kombinationen auftreten. Um die Bedeutung von Produkten und Designs rund um die Selfiepraktik zu betonen, werden anschließend die Applikation „Cam Me“, der „Selfie Stick“ und die „Selfie Brush“ als Beispiele angeführt.

Über das Machtverhältnis zwischen den BenutzerInnen eines Fotoapparates und Programmierenden schrieb Vilém Flusser bereits 1983. Dieses Machtverhältnis ist in ästhetische und ökonomische Kontexte eingebettet.

⁶⁸ Vgl.: Ebenda. Aus dem Englischen frei übersetzt von der Verfasserin.

⁶⁹ Ebenda.

„Der Fotoapparat ist programmiert, Fotografien zu erzeugen, und jede Fotografie ist eine Verwirklichung einer der im Programm des Apparates enthaltenen Möglichkeiten.“⁷⁰

Der Fotograf sei ein Spieler, der durch den Apparat sieht, aber nicht, um die Welt zu betrachten, sondern „weil er nach neuen Möglichkeiten sucht, Informationen herzustellen und das Fotoprogramm auszuwerten.“⁷¹ Der Fotograf besitze Macht über das Verhalten der fotografierten Person, während jene, die die Software entwickeln, Einfluss auf das Verhalten bzw. die Gesten der Fotografen haben.⁷² Gegen die Automatismen und programmierten Apparate zu spielen und Unvorhergesehenes zu erzeugen, bedeutete für Flusser Freiheit. Er träumte von einer basisdemokratischen Bildkommunikation innerhalb eines dezentralen Netzes. Gegenwärtig sind jedoch auch Social Media Plattformen, auf denen Selfies und andere Fotografien veröffentlicht werden können, im Besitz weniger Personen.

Als Flusser „Für eine Philosophie der Fotografie“ schrieb, waren Smartphones noch nicht entwickelt, seine Gedanken können jedoch auch in Bezug auf die Nutzerinnen und Nutzer von Smartphones und die damit verbundenen Technologien gedacht werden. Besonders im Hinblick auf die Selfieautomatiken, die mit vorgefertigten Programmen zur Aufnahme, Optimierung und Veröffentlichung der erstellten Selfies einhergehen. Kontinuierlich werden Applikationen entwickelt, die es den AkteurInnen ermöglichen, sich durch diese Programme auszudrücken was wiederum eine Auswirkung auf die Selfieästhetiken hat. Das Smartphone als Multifunktionsgerät übernimmt hierbei die Rolle eines Beschleunigungsinstruments und stellt eine Vermittlungsposition zwischen Privatheit und Öffentlichkeit dar. Personen, die Selfies erstellen, können dem Smartphone dabei zusehen, wie dieses deren physische Erscheinung interpretiert und in ein digitales Bild übersetzt.

Von einem „Knipser“⁷³ spricht Flusser, wenn diese Person sich in ihrer fotografischen Praxis an den vordefinierten Programmen ihres Apparates orientiert und den zur Verfügung gestellten Automatismen folgt: „Der Knipser kann die

⁷⁰ Flusser, Vilém (1994): Für eine Philosophie der Fotografie. 7. Auflage. Göttingen: European Photography. S. 24.

⁷¹ Ebenda. S. 25f.

⁷² Vgl.: Ebenda. S. 29.

⁷³ Vgl.: Ebenda. S. 53.

Welt dann nur noch durch den Apparat und in den Fotokategorien ansehen.“⁷⁴ Er unterscheidet die Knipser von Fotografen, die versuchen, das Programm zu verstehen und ihm etwas „Neues“ hinzuzufügen, jene, die gegen den Apparat spielen und dessen Programme zu überwinden versuchen.

Der Journalist Günter Hack schreibt in seiner Auseinandersetzung mit Vilém Flussers Gedanken über die Zusammenhänge zwischen Fotografierenden, Kamera und Motiv:

„Vielleicht muss der Fotograf heute ein Hacker sein, alternative Programme für Kameras und Computer finden oder schreiben, für digitale Aufklärung sorgen. Solche freien Fotografen wird die Gesellschaft brauchen, wenn es das neue gemeinsame Denken über den bedeutungsvollen Austausch von Bildern über ein dezentrales Netzwerk geben soll, den Flusser herbeigesehnt hat. Für ihn bot nur diese herrschaftsfreie Kommunikation die Chance, den lähmenden Einfluss zentralistischer Mediensysteme zu brechen. Die Freiheit des Fotografen im Netz ist damit die Freiheit aller.“⁷⁵

Technologien stimulieren oder unterdrücken bestimmte Benutzungsweisen, unseren Umgang, den wir mit Technik pflegen. Die Selfiefotografie stellt einen Absatzmarkt für Produkte rund um das Selfie dar und steht im Zusammenhang mit ökonomischen Interessen, durch welche wiederum die technische Weiterentwicklung von Applikationen, Software- und Hardwareoptimierungen befördert wird. Filter verbessern Hautunebenheiten, hellen Zähne auf oder verschmälern das Gesicht, durch Applikationen wird die Smartphonekamera etwa aus der Ferne mit bloßer Handgestik zum Auslösen gebracht:

„Ever felt like your arms are too short for that self-portrait - and you just can't hold the camera far enough away? Ever stopped to ask another person to take a picture of you and a friend? Now you can go solo, no matter how long your arms are or who's in the picture!

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ Hack, Günter (16. Juli 2012): Kampf zwischen Mensch und Programm. Abrufbar unter: <http://orf.at/stories/2087804/2087633/>, [Stand: 24. August 2015].

CamMe is the best hand gesture camera app that lets you take great pictures without even touching your iPhone / iPad. Just put your mobile device in front of you, raise and close your hand to activate the camera, and you get that awesome picture you wanted. It's that easy.⁷⁶

„Now you can go solo“⁷⁷, steht in der Beschreibung der Applikation „CamMe“. Ein Interagieren mit Personen sei für die Aufnahme nicht mehr von Nöten, dies werde nun auf Soziale Netzwerke verlagert.

„Time Magazine“ listete im November die fünfundzwanzig besten Erfindungen des Jahres 2014 auf. Unter ihnen der „Selfie Stick“ und die „Selfie Brush“.⁷⁸ Teleskopstangen mit Smartphonehalterungen ermöglichen das Fotografieren mit dem Smartphone über die eigene Armlänge hinaus.

Die „Selfie Brush“, eine Haarbürste mit Halterung für das Smartphone bewirbt die Verbindung von „TECHNOLOGY AND BEAUTY TOGETHER IN A SNAP“⁷⁹.

Betrachtet man Selfies als visuelle Performances von Momenten aus dem Alltagsleben, müssen diese gleichzeitig als verwoben mit Diskursen über Normen gesehen werden. Im Zuge dieser Arbeit wird das Selfie als gefiltertes Medium gedacht und als eine gefilterte fotografische Repräsentation des Selbst verstanden.

Technologische, kulturelle und kognitive Filter

Jill Walker Rettberg schlägt vor, das Wort „Filter“ als analytischen Term zu verwenden, welcher darauf aufmerksam machen soll, wie Aspekte unserer Selbstdarstellung gefiltert oder entfernt werden und wie sich unsere Selbstrepräsentation, je nach verwendeten Technologien, Genres und Arten, uns zu repräsentieren, verändert.⁸⁰ Filter können technologisch, kulturell oder kognitiv sein oder in Kombinationen auftreten.⁸¹ Innerhalb der technischen Voraus-

⁷⁶ PointGrab: CamMe – best app for taking selfies. Abrufbar unter: <https://itunes.apple.com/at/app/camme-best-app-for-taking/id597208969?mt=8>, [Stand: 26. Juli 2015].

⁷⁷ Ebenda.

⁷⁸ Time Magazine (20. November 2014): The 25 best inventions of 2014. Abrufbar unter: <http://time.com/3594971/the-25-best-inventions-of-2014/>, [Stand: 26. Juli 2015].

⁷⁹ Selfie brush. Abrufbar unter: <http://www.selfiebrush.com>, [Stand: 26. Juli 2015].

⁸⁰ Vgl.: Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 3.

⁸¹ Vgl.: Ebenda. S. 20 und S. 32.

setzungen und Programmierung der Applikationen für das Smartphone können wir uns selbst ausdrücken und präsentieren. Dies gehe jedoch mit einer Limitierung einher, denn in gewisser Weise fungieren technologische Filter wie Formatierungen, innerhalb derer wir unsere Selfies strukturieren. Diese Filter werden zur Bearbeitung der Selfies benutzt, um Helligkeiten oder Effekte zu verändern. Zwar können wir wählen, mit welchen Filtern Selfies bearbeitet werden sollen und auf welchen Plattformen sie geteilt werden, jedoch agieren können wir nur innerhalb der Möglichkeiten, die App-DesignerInnen, Soft- und HardwareentwicklerInnen uns zur Verfügung stellen. „The filtered image shows us ourselves, or our surroundings, with a machine’s vision.“⁸² Bestimmte Filter, sei es ein Vintage Filter oder eine Anwendung, die unsere Augen größer wirken lässt oder unseren Körper visuell verschmälert, zeigen uns eine gefilterte Abbildung und somit einen Blick auf uns durch die „Augen“ einer Anwendung, eines Programmes. Durch das Filtern von Selfies und deren Einspeisung in die jeweiligen Plattformen im Internet, werden sie gerahmt und kontextualisiert. Plattformen wie Facebook, Tumblr oder Instagram mit ihren jeweiligen Strukturierungen können als Rahmen gesehen werden, Rettberg spricht von Genres als Filter⁸³, die die Wahrnehmung gewisser Inhalte stärker akzentuieren können, indem Aspekte des visuellen Bildmaterials stärker hervorgehoben werden als andere Inhalte.

Zusätzlich zu technologischen Filtern beschreibt Rettberg kognitive Filter und spricht hierbei von unseren Körpern als Technologien, Gehirn und Sinne, die Wahrnehmungen der Welt filtern können:

„[...] we have these cognitive filters that we cannot completely escape, although drugs, diseases, surgical implants and body modifications can alter them to some extent.“⁸⁴

Während wir uns und unser Leben fotografisch dokumentieren, spiele der Einfluss kultureller Schablonen auf die Herstellung von Präsenz eine Rolle:

„Our cultural filters, the rules and conventions that guide us, filter out

⁸² Ebenda. S. 26.

⁸³ Ebenda. S. 30.

⁸⁴ Ebenda. S. 27.

possible modes of expression so subtly that we often are not even aware of all the things we do not see.“⁸⁵

Wichtig in Bezug auf das Selfie sei, dass Aspekte des Selbstausdrucks ausgefiltert werden und wiederum andere Aspekte durch technologische, kulturelle oder kognitive Filter eine Akzentuierung erfahren. Mit diesem Wissen sei es in weiterer Folge relevant, je nach Kontext und Genre, in dem sich Selfies wiederfinden, zu fragen, was nicht gezeigt wird, welche Blickwinkel eventuell ausgeblendet werden, was ausgefiltert wird oder sich durch Akzentuierungen verändert. Diese Blickwinkel stünden, so Rettberg, im Zusammenhang mit unseren jeweils eigenen kulturellen Filtern, mit unseren Ritualen, Vorlieben, Angewohnheiten und Vorurteilen.⁸⁶

⁸⁵ Ebenda. S. 24.

⁸⁶ Vgl.: Ebenda. S. 21 und S.32.

IM SCHAUFENSTER

Von Überwachung, Unterwachung und Selbstprotokollierung

Durch Soziale Netzwerke und technische Neuerungen eröffnen sich den ProduzentInnen von Selfies Möglichkeitsräume visueller Repräsentation. Innerhalb virtueller Interaktionsräume, in denen sich unterschiedliche Selbstkonzepte einer Öffentlichkeit präsentieren, befindet sich das Selbst im Spannungsfeld von Selbstdarstellung und Selbsterfahrung. Die Handlungsmöglichkeiten des Selbst am Beispiel des Selfie stehen hierbei in enger Verbindung zu den gegenwärtigen technischen Kommunikationsmöglichkeiten. Im Zuge des folgenden Kapitels wird der Selfiegenerierung und ihrer Verbindung zu Praktiken der Selbstoptimierung gedacht. Formen der Überwachung werden in Bezug zur Selfiepraktik gesetzt und die „Quantified Self“-Bewegung, in der Menschen Aspekte ihres Lebens protokollieren, angeführt. Zudem wird die Visibilität von Selfies in Verbindung zu Georg Francks „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ und Ulrich Bröcklings Subjektentwurf des „unternehmerischen Selbst“ gebracht.

Das Smartphonedisplay, auf dem die eigenen Gesichtszüge zu sehen sind, kann als Werkzeug der Selbstbeobachtung, als digitaler Spiegel gesehen werden und zudem als Tool des fotografischen Selbstausdrucks. Als technischer Gegenstand bietet die Smartphonekamera darüber hinaus jedoch auch zusätzliche Möglichkeiten, das fotografische Ergebnis zu optimieren. Hinzu kommt eine weitere Ebene, die es ermöglicht, diese Bilder mit einem Publikum virtuell zu teilen. Das Smartphone fungiert als Vermittlungsmedium zwischen BesitzerIn des Smartphones und einem Online-Publikum. Durch die Verknüpfung mit dem Internet haben sich in der Bedienung des Smartphones Formen der sozialen Kontrolle intensiviert.

Der Philosoph Byung-Chul Han sieht im Freiheit versprechenden Smartphone einen Zwang zur Kommunikation, der von Sozialen Netzwerken nochmals verstärkt werde.⁸⁷ Wichtig ist, Selfies im Kontext von Sozialen Netzwerken zu denken. Liegt die zunehmende Präsenz des Selfies im Wunsch nach Aufmerksamkeit und Beachtung, an der Lust, sich selbst und andere in einem Moment fotografisch festzuhalten und dieses Erlebnis mit anderen zu teilen? Die mediale Praktik, Selfies im Internet zu veröffentlichen ist jener Aspekt der Selbstthematisierung in dem sich das Subjekt ins Schaufenster begibt. Selfies entziehen sich jedoch der eigenen Kontrollmöglichkeit, sobald sie einer Öffentlichkeit präsentiert werden, und möglicherweise beginnen in nicht intendierten Kontexten zu zirkulieren. Theresa Senft, Professorin und Gründerin von „The Selfie Researchers Network“ unterscheidet daher zwischen öffentlichen und privaten Selfies⁸⁸, auf die in diesem Kapitel näher eingegangen wird.

Als digitale Fotografien können Selfies via Internet zahlreich veröffentlicht werden. Sie stehen im Kontext von Social Media-Netzwerken und sind als solche, Teil einer Ökonomie der „likes“, „comments“, „clicks“ und des „sharings“. Byung-Chul Han spricht vom „homo digitalis“⁸⁹, welcher versucht sich ständig zu optimieren, zwar im Schwarm auftritt, jedoch mit anderen um die Aufmerksamkeit wetteifert. Der Architekt und Stadtplaner Georg Franck

⁸⁷ Vgl.: Byung-Chul, Han (2013): Im Schwarm. Ansichten des Digitalen. Berlin: Matthes & Seitz. 1. Auflage. S. 50.

⁸⁸ Vgl.: Senft, Theresa M. (22. Mai 2014): The epistemology of the second selfie: what queer teaches us about digital display, surveillance & power. Talk delivered at pre-conference for International Communication Association. Seattle, Washington.

⁸⁹ Vgl.: Byung-Chul, Han (2013): Im Schwarm. Ansichten des Digitalen. S. 20f.

vergleicht in seinem Buch „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ das Spiel um Aufmerksamkeit mit einem Tauschgeschäft. Wir würden unsere Aufmerksamkeit einsetzen, um den Einsatz an Beachtung von anderen zu erhalten.

„Der Auftrag, das Tauschspiel der Aufmerksamkeit erfolgreich zu spielen, zerfällt also in drei Teilprobleme. Es gilt erstens, möglichst viel und möglichst geneigte Aufmerksamkeit von denjenigen Menschen einzunehmen, die wir selbst am meisten schätzen. Es gilt zweitens, den Wert der eigenen Aufmerksamkeit in den Augen derer zu maximieren, auf die es uns ankommt. Es gilt drittens, dieses Geschäft so abzuwickeln, daß die Selbstachtung keinen Schaden nimmt.“⁹⁰

Dies erinnert an Menschen, die sich in Sozialen Netzwerken in einer „Influencer“-Position befinden. Aufgrund des hohen Interesses an diesen Personen, welches sich oft in der Anzahl an „Fans“, „Follower“ und „Gefällt mir“-Angaben widerspiegelt, sind besonders diese „Influencer“ für „digitales Marketing“ interessant. Was Personen mit Influencer-Status empfehlen oder verkünden, erhält eine große Reichweite und Aufmerksamkeit und wird auf Grund des hohen Ansehens der Person nicht als Werbung empfunden.

Der Soziologe Ulrich Bröckling spricht vom „unternehmerischen Selbst“:

„Unternehmerische Selbst fabriziert man nicht mit den Strategien des Überwachens und Strafens, sondern indem man die Selbststeuerungspotenziale aktiviert.“⁹¹

Dieses Selbst handle in allen Lebenslagen, flexibel und kundenorientiert ganz im Sinne eines Entrepreneurs, der oder die sich selbst regiert und die eigene Wettbewerbsfähigkeit forciert. In Bezug auf die von Bröckling formulierte Maxime „handle unternehmerisch“, schreibt der Soziologe und Jugendforscher Bernhard Heinzlmaier, dass der Subjektentwurf des „unternehmerischen Selbst“ das eigene Leben an dem Verhaltensmodus von UnternehmerInnen orientiere.

⁹⁰ Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. München, Wien: Carl Hanser Verlag. S. 83.

⁹¹ Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 61.

„Das ‚unternehmerische Selbst‘ führt sich selbst im Sinne der Diskurse der neoliberalen Ökonomie. [...] die Mitarbeiter von Unternehmen haben sich dem selbstverantwortlich, in unablässiger Aktivität handelnden, sich ständig auf der Suche nach neuen Chancen und Möglichkeiten befindlichen Verhaltensmodus des Entrepreneurs zu unterwerfen. Somit werden die Mitarbeiter der kontrollgesellschaftlichen Unternehmen quasi zu Unternehmern innerhalb des sie beschäftigenden Unternehmens, zu Intrapreneurs.“⁹²

Social Media bediene sich nach Ansicht Alice Marwicks, Technologien, die effektive neoliberale Subjekte hervorbrächten.

„An effective neoliberal subject attends to fashions, is focused on self-improvement, and purchases goods and services to achieve ‘self-realization.’ He or she is comfortable integrating market logics into many aspects of life, including education, parenting, and relationships. In other words, the ideal neoliberal citizen is an entrepreneur.“⁹³

Marwick, Assistant Professor of Communication and Media Studies der Fortham University, spricht von „neoliberalen Subjekten“, die Individualität zur Norm erklären. Sie seien hierbei auf Selbstverbesserung fokussiert und würden durch den Konsum von Waren und Dienstleistungen, Selbstverwirklichung anstreben.⁹⁴ Im Hinblick auf Alice Marwicks Formulierung eines neoliberalen Subjekts schreibt die Professorin für Digital Culture Jill Walker Rettberg, dass jene Menschen mehr Aufmerksamkeit in den Sozialen Netzwerken generierten.

„These are the people most likely to succeed in social media, most likely to gain followers on Twitter and most likely to have their Facebook posts filtered into your newsfeed.“⁹⁵

⁹² Heinzlmaier, Bernhard (2011): Medien als jugendliche Inszenierungswelten. Das unternehmerische Selbst im Web 2.0. Wien: Institut für Jugendkulturforschung. S.2. Abrufbar unter: <http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/web.pdf>. [Stand: 25. Juli 2015].

⁹³ Marwick, Alice E. (2013): Status update. Celebrity, publicity, and branding in the social media age. New Haven: Yale University Press. S.13.

⁹⁴ Vgl.: Ebenda. S.13.

⁹⁵ Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 24.

2.1 Online-Projekt:

Von privaten und öffentlichen Selfies

Das Selfie lebt von seiner Veröffentlichung innerhalb sozialer Netzwerke. Ein fotografisch festgehaltener Moment wird somit aber auch immer archiviert. Die ursprüngliche Flüchtigkeit des Augenblicks, die mit anderen durch visuelle Bilder geteilt wird, kann durch den Moment der Speicherung immer verfügbar gemacht werden und durch andere AkteurInnen auf sozialen Netzwerken durch Kommentare in Schrift und Bild weiterbearbeitet werden. Somit wird das visuelle Selbst zu einem Online-Projekt, welches kontinuierlich adaptiert werden kann, indem der visuellen Online-Repräsentation neue Aspekte des Selbst fotografisch hinzugefügt werden. Die Erstellung und Optimierung des Selfie im Rahmen der technischen Möglichkeiten von Smartphonekameras und zusätzlichen Applikationen kann vor der Veröffentlichung der Selfies in Soziale Netzwerke kontrolliert werden. Sobald die Abbildungen an die Öffentlichkeit gelangen, entziehen sie sich der eigenen Kontrolle. Die ursprüngliche Intention des Selfie kann fehlinterpretiert werden oder durch zusätzliche Kommentare und/oder positive Bewertungen modifiziert werden. Im Rahmen der Konferenz der International Communication Association unterteilt Theresa Senft, Selfies in Kategorien. Sie spricht von privaten und öffentlichen Selfies. Problematisch sei hierbei jedoch der Glaube an die eigene Kontrolle über die selbst erstellten Abbildungen. So können bereits private Abbildungen aus der eigenen Kontrolle geraten und in nicht intendierten Kontexten zirkulieren, indem etwa Accounts geknackt werden.⁹⁶ Als Mittel zur (Selbst)vermarktung können sie zudem monetarisiert werden. Einmal ver-öffentlicht wird das Selfie Teil einer digitalen Öffentlichkeit. Kommentare, „Gefällt mir“-Angaben, die Weiterverbreitung von Selfies, die jeweilige Ausrichtung der Plattformen und die Möglichkeit der Einwirkung auf Selfies durch andere Individuen tragen zu einer Modifizierung des Selfie bei.⁹⁷

⁹⁶ Vgl.: Senft, Theresa M. (22. Mai 2014): The epistemology of the second selfie: what queer teaches us about digital display, surveillance & power. Talk delivered at pre-conference for International Communication Association. Seattle, Washington.

⁹⁷ Siehe auch: Senft, Theresa M. (09. Jänner 2015): What is a selfie? In: Selfies research network (2013): The selfies research network. Facebook Gruppe. Abrufbar unter: <https://www.facebook.com/groups/664091916962292/>, [Stand: 26. Juli 2015].

„Digitales Panoptikum“

Der Philosoph Byung-Chul Han spricht von einem „digitalen Panoptikum“⁹⁸. Menschen würden sich nunmehr freiwillig ausstellen, unser digitales Leben werde protokolliert. In Anlehnung an den Gefängnisentwurf des englischen Philosophen Jeremy Bentham entwickelte Foucault den Begriff des Panoptismus. Im Wissen um eine mögliche Überwachung durch andere, diszipliniere sich das Individuum selbst, indem von außen erwartete Verhaltensnormen verinnerlicht werden. Im Benthamschen Panoptikum konnten die Insassen nicht miteinander kommunizieren, wurden doch Trennwände eingezogen mit dem Ziel der Besserung der Gefängnisinsassen durch Einsamkeit. Das „digitale Panoptikum“, so der Philosoph Byung-Chul Han, ermöglicht den BewohnerInnen sich zu vernetzen und zu kommunizieren:

„Nicht räumliche und kommunikative Isolierung, sondern Vernetzung und Hyperkommunikation machen die Totalkontrolle möglich.“⁹⁹

Im Rahmen der Online-Präsenz, reflektiert sich das Individuum als jenes, welches beobachtet wird. Als Beispiel wird die Feedbackfunktion in Social Media-Netzwerken angeführt. Hierbei wird der additive Charakter des Digitalen bemerkbar. Positive Bewertungen werden gezählt, die Anzahl an Facebook FreundInnen oder die Aufrufe des eigenen Youtube-Kanals. Diese „Zuneigung“ in Form von „clicks“ und „likes“ etc. ist die Sicht, die das Individuum durch andere auf sich selbst erhält und durch die Dauerbeobachtung durch die Öffentlichkeit, wird diese internalisiert. So schrieb Michel Foucault in „Überwachen und Strafen“:

„Derjenige, welcher der Sichtbarkeit unterworfen ist und dies weiß, übernimmt die Zwangsmittel der Macht und spielt sie gegen sich selber aus; er internalisiert das Machtverhältnis, in welchem er gleichzeitig beide Rollen spielt; er wird zum Prinzip seiner eigenen Unterwerfung.“¹⁰⁰

⁹⁸ Byung-Chul, Han (2013): Im Schwarm. Ansichten des Digitalen. S. 91.

⁹⁹ Ebenda. S. 92.

¹⁰⁰ Foucault, Michel [1977] (2012): Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. [Originaltitel: Surveiller et punir. La naissance de la prison]. [Aus dem Französisch. übertragen von Walter Seitter], Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 260.

Dies gehe mit Selbstdisziplinierung einher, da die beobachtete Person ihr Verhalten an vorgegebene Normen anpasst, Konformismuszwang verinnerlicht und auf das eigene Handeln überträgt.

2.2 „No makeup selfies“, „after sex selfies“ und „belfies“:

Selfiegenres und Social Media als Feedbacksystem

Selfies formen sich im Internet zu Genres und Subgenres, welche jeweils eigene visuelle Erkennungsmerkmale und Normierungen beinhalten. Die Stile der Fotos variieren, so gibt es ein Selfie von einem hundert Meter hohen Turm der Wiener Votivkirche oder Aufnahmen von erklommenen Berggipfeln, Schnappschüsse, um den neuen Pullover zu zeigen, oder ein Gruppenfoto von Veranstaltungen, wie etwa jener, auf der Barack Obama gemeinsam mit der dänischen Ministerpräsidentin Helle Thorning-Schmidt und dem britischen Premierminister David Cameron auf Nelson Mandelas Trauerfeier für ein Selfie posierte. „No makeup selfies“ zeigen ungeschminkte Gesichter, „sellotape selfies“, Gesichter mit Klebeband verklebt. Selfies vom Workout (welfies) finden ebenso ihren Weg in die Bildgalerien des Internets wie selbst erstellte Fotografien des Hinterteils (butt selfies oder „belfies“), schwangere Bäuche oder „after sex selfies“. Dies sind nur einige Beispiele der im Internet vorzufindenden Subgenres.

Die Anzahl der Selfies, die sich im Internet unter dem Suchbegriff „selfie“ oder einem der genannten Subgenres finden („belfie“, „drelfie“, „usie“, „welfie“, „after sex selfie“, „no makeup selfie“, „bookshelf selfie“ etc.), können einen Hinweis darauf geben, dass zahlreiche ErstellerInnen bereit sind, diese Genres, mit den jeweils eigenen Merkmalen, auf sich selbst fotografisch anzuwenden und mit einer Öffentlichkeit zu teilen.



Abb. 10: Bookshelf selfie, Google screenshot (2015)

Das Selfie kann als ein fotografisches Spiel mit kulturellen Symbolen gesehen werden, die sich zu Genres oder Subgenres formen, vergleichsweise mit einem „running Gag“, der bei einer großen Masse Anklang findet und sich daher weiterverbreitet. In Verbindung mit „clicks“ und „likes“ stehend, stellt sich die Frage, ob nicht bereits erstens: das Wissen um die spätere Veröffentlichung des Selfie und zweitens: die mögliche „Belohnung“ in Form von Aufmerksamkeit durch Feedbacksysteme innerhalb sozialer Netzwerke, in die Praktik der Selfiegenerierung miteinbezogen werden. Im Rahmen von Social Media gibt es ein „Belohnungssystem“ via Feedback-Kommentar und so schreibt der in Berlin lehrende Philosoph Byung-Chul über den digitalen Panoptismus:

„Die Bewohner des digitalen Panoptikums sind keine Gefangenen. Sie leben in der Illusion der Freiheit. Sie speisen das digitale Panoptikum mit Informationen, indem sie sich freiwillig ausstellen und ausleuchten. Die Selbstausleuchtung ist effizienter als die Fremdausleuchtung. Darin besteht eine Parallele zur Selbstausbeutung. Die Selbstausbeutung ist effizienter als die Fremdausbeutung, weil sie mit dem Gefühl der Freiheit einhergeht. (In der Selbstausleuchtung fallen die pornografische Zurschaustellung und die panoptische Kontrolle in eins. Die Kontrollgesellschaft vollendet sich dort, wo die Bewohner nicht durch äußeren Zwang, sondern aus innerem Bedürfnis heraus sich mitteilen, wo also Angst davor, seine Privat- und Intimsphäre aufgeben zu müssen, dem Bedürfnis weicht, sie schamlos zur Schau zu stellen, das heißt, wo Freiheit und Kontrolle ununterscheidbar werden.)“¹⁰¹

Die Überwachung, die Foucault in seiner Panoptikonbeschreibung anführte hat sich gegenwärtig ausgeweitet. In Bezug auf Selfies, müssen wir uns unseres Publikums bewusst werden und dieses besteht nicht bloß aus Menschen. Die von Maschinen über uns generierten Daten, unsere quantitativen Selbstrepräsentationen, können von Suchmaschinen, Marketer*innen, Unternehmen und Regierungen analysiert werden: „Our audience today includes machines“¹⁰², schreibt Rettberg.

¹⁰¹ Byung-Chul, Han (2013): Im Schwarm. Ansichten des Digitalen. S. 92.

¹⁰² Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. S. 87.

„The machines parse the data we provide, running selfies through facial recognition software, our status updates through sentiment analysis software, our health data through risk indication analyses, and send the results on to marketers, employers, insurers or governments.“¹⁰³

Als Gegenbegriff zu „surveillance“, entwickelte Steve Mann „sousveillance“¹⁰⁴, eine „Unterwachung“ mithilfe technologischer Stützen. Die Überwachung, die ansonsten von Regierungen oder anderen Institutionen durchgeführt wird, werde umgekehrt, indem BürgerInnen Kameras tragen. Somit würde jeder Mensch jede andere Person in gewisser Weise überwachen.

Um Selbsterkenntnis und Messbarkeit geht es der „Quantified Self“-Bewegung¹⁰⁵, die 2007 von den amerikanischen Journalisten Gary Wolf und Kevin Kelly initiiert wurde, „self knowledge through numbers“, galt ihnen hierbei als Motto. Applikationen und Tools ermöglichen digitale Erinnerungshilfen für das Gedächtnis, Lokalisierung von Aufenthaltsorten, Vermessung des Körpers. Sensoren unterstützen Individuen dabei, sich selbst zu vermessen und die dadurch generierten Daten würden hierbei Aufschluss über die eigene Produktivität, Gesundheit und Leistungsfähigkeit geben. Quantitative Selbstrepräsentationen entstehen, die Individuen durch Selbstprotokollierung beim Lernen, Reflektieren, Erinnern und Verbessern unterstützen sollen.

Stefan Selke, der Soziologe und Autor des Buches „Lifelogging. Wie die digitale Vermessung unsere Gesellschaft verändert“, führt jedoch auch die Schattenseiten der Selbstüberwachung an. „Statt uns von einer Autorität überwachen zu lassen, liefern wir nun freiwillig die Daten.“¹⁰⁶ Der Nachteil einer umfassenden Lebensprotokollierung sei, dass den gewonnenen Daten der Kontext fehle und daher eine Interpretation schwer möglich sei. Digitale Selbstvermessung biete einerseits Optionen der Verbesserung von bestimmten Kategorien des

¹⁰³ Ebenda. S. 87f.

¹⁰⁴ Mann, Steve (2013): Veillance and reciprocal transparency: surveillance versus sousveillance, AR glass, lifelogging, and wearable computing. IEEE International Symposium, Juni 2013. Technology and Society (ISTAS). S. 1-12. Abrufbar unter: <http://wearcam.org/veillance/veillance.pdf>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁰⁵ Quantified self. Self knowledge through numbers. Abrufbar unter: <http://quantifiedself.com/about/>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁰⁶ Selke, Stefan (2014): Lifelogging. Wie die digitale Selbstvermessung unsere Gesellschaft verändert. S. 20.

Lebens, kann aber einhergehen mit Nachteilen oder Verschlechterung in anderen Lebensbereichen. Gewinne und Verluste müssen in Betracht gezogen werden, so Selke, und hierbei sei die Frage essenziell, wer über Verbesserung und Verlust bestimme.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Vgl.: Ebenda. S. 21.

3

DO-IT-YOURSELF(IE)?

Fotografische Selbstthematisierung:
Zwischen regulierenden Mechanismen und individueller
Handlungsmacht

Im Zuge dieses Kapitels wird der Fokus auf Mechanismen gelegt, die sich in Gange setzen wenn Selfies online veröffentlicht werden. Der „Do-it-yourself“-Charakter von Selfies erweist sich sowohl in der Produktion als auch Interpretation von fotografischen Abbildungen als Konglomerat unterschiedlichster Prägungen und Zuschreibungen. Eine hartnäckige Richtung medialer Berichterstattung beschreibt Selfies in einem Näheverhältnis zu Narzissmus. Im Rahmen dieses Kapitels werden jene Beispiele hervorgehoben, die mit Generalisierungen und Stereotypisierungen arbeiten und das Selfie und deren ErstellerInnen in den medizinischen Bereich rücken. Die Frage, weshalb und in welcher Form Selfies und Personen, die diese erstellen in der Medienöffentlichkeit pathologisiert werden, wird in folgendem Kapitel thematisiert. Im Zuge dessen werden Strategien hervorgehoben, die verwendet werden, um Affektäußerungen gegenüber der Selfiepraktik auszudrücken.

3.1 Selbstverliebt, eitel, narzisstisch, krank:

Die Präsenz von Selfies in massenmedialer Berichterstattung

In Medienberichten finden sich gegenwärtig regelmäßig Artikel, Videos und Abbildungen, die Selfies pathologisieren. So wird etwa von einem „selfie syndrome“¹⁰⁸ gesprochen. Selfies werden in einer Ohio State University-Studie mit Narzissmus und Psychopathie in Zusammenhang gebracht¹⁰⁹, Diagnosen wie „selfie addiction“¹¹⁰ und „body dysmorphic disorder“¹¹¹ werden in Bezug auf Selfies erstellt.

Durch Massenmedien geführte und aufrecht erhaltene Diskurse bringen Selfies mit Narzissmuskonzepten, Ichbezogenheit, einem Mangel an Selbstvertrauen oder dem Gegenteil davon in Zusammenhang, so Katie Warfield vom Department of Journalism and Communication Studies der Kwantlen Polytechnic University.¹¹² Warfield forscht über fotografische Selbstbilder junger Frauen und behandelt die Frage, weshalb Menschen Selfies hassen und in besonderer Weise Mädchen oder junge Frauen, die Selfies erstellen.

Der österreichische Kultur- und Mediensoziologe Ramón Reichert initiierte im Wintersemester 2014 an der Universität Wien eine Lehrveranstaltung¹¹³ zur Kultur- und Mediengeschichte der Selbstdarstellung am Beispiel von Selfies. In einem Zeitungsinterview hob Reichert hervor, dass das Hauptmotiv von Selbstporträts nicht vorrangig im Narzissmus liege. Betrachte man die weit in die Geschichte zurück reichende Tradition des Selbstporträts, sehe man eine enge Verknüpfung des Selbstporträts mit einer zunehmenden Bedeutsamkeit des Individuums. Damit einher gehen Repräsentationen von Stand und Herkunft.

Selfies werden jedoch medial mit Narzissmus in Verbindung gebracht. So

¹⁰⁸ Newsourcing (2013): The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic. Abrufbar unter: <http://nwsourcing.com/project/the-selfie-syndrome/> und abrufbar unter: <http://www.bestcomputerscienceschools.net/selfies/>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁰⁹ Fox, Jesse/ Rooney, Margaret C. (2015): The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self presentation behaviours on social networking sites. School of Communication, the Ohio State University. In: Personality and Individual Differences, Volume 76. S. 161-165.

¹¹⁰ Barakat, Christine (16. April 2014): Science links selfies to narcissism, addiction & mental illness. In: Adweek. Abrufbar unter: <https://news.osu.edu/news/2015/01/06/hey-guys-posting-a-lot-of-selfies-doesn't-send-a-good-message/>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹¹¹ Ebenda.

¹¹² Vgl.: Warfield, Katie (26. März 2014): Why i love selfies and why you should too (damn it). Public lecture at Kwantlen Polytechnic University. Veröffentlicht auf Youtube am: 02. April 2014. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=aOVIJwy3nVo>, [Stand: 25. Juli 2015].

¹¹³ Reichert, Ramón (2014): Selfies. Eine Kultur- und Mediengeschichte der Selbstdarstellung. Lehrveranstaltung: Theater- Film- und Medienwissenschaft. Universität Wien.

heißt es etwa „[...] das Selfie stehe stellvertretend für eine selbstverliebte Generation, die vor allem über Selbstbilder kommuniziert“¹¹⁴. Da Selfies mit Narzissmus assoziiert werden, werde „das jugendkulturelle Bildhandeln“¹¹⁵ von medialen Berichterstattungen abgewertet und verurteilt. Zudem würden Medienberichte Selfies meist mit weiblichen Akteurinnen in Verbindung bringen.

„Wenn über Selfies in der Medienöffentlichkeit verhandelt wird, werden junge Frauen als Allegorien eingesetzt, um über eine ganze Generation zu verhandeln. Sie werden von den Medien stellvertretend für eine Generation gesetzt, für eine bestimmte Art des Mediengebrauchs, der in der Öffentlichkeit als sehr negativ gesehen und abgewertet wird: Narzisstisch, egoistisch, selbstverliebt. Damit reproduzieren Medienberichterstattung [sic!] klassische Vorurteile gegenüber weiblichen Jugendlichen und stärken Ressentiments ohne analytische Differenzierung.“¹¹⁶

Cathy Davidson, Mitbegründerin des virtuellen Netzwerkes „HASTAC“ (Humanities, Arts, Science and Technology Alliance and Collaboratory), eröffnete in Bezug auf den Narzissmusvorwurf gegenüber SelfierrstellerInnen, ein Fragenfeld darüber, wer hier wen als narzisstisch bezeichne und welche Perspektiven hierbei außer Acht gelassen werden.

„I’ve never seen a critical article aimed at parents who photograph their posed and coiffed children, often against their desires, and then post them for the world to see. A friend once said they were like ‘deer heads’, meaning trophies for others to see. It gives a different meaning to who is accusing whom of narcissism, and other questions of representation, power, and authority to which the selfie gives rise.“¹¹⁷

¹¹⁴ Figl, Bettina (12. November 2014): Layouter des Todes. In: Wiener Zeitung. Abrufbar unter: http://www.wienerzeitung.at/themen_channel/bildung/uni/?em_cnt=704276), [Stand: 26. Juli 2015].

¹¹⁵ Ebenda.

¹¹⁶ Ebenda.

¹¹⁷ Davidson, Cathy (2015): Long, long history of self-portraiture. In: HASTAC Scholars Program: see me like i do: a forum on selfies. Veröffentlicht am: 10. Feber 2015. Abrufbar unter: <https://www.hastac.org/initiatives/hastac-scholars/scholars-forums/see-me-i-do-forum-selfies>, [Stand: 26. Juli 2015].

In ihrem Vortrag über Selfies zog Katie Warfield Parallelen zu Phänomenen aus der Geschichte, die Ähnlichkeiten zu gegenwärtigen Diskursen über Selfies aufweisen. Dem Selfie verwandte und der gegenwärtigen Abneigung von Selfies vorangehende Diskurse stünden im Zusammenhang mit Darstellungen von Weiblichkeit innerhalb westlicher Kunstproduktionen, Technologien der Selbstbetrachtung und mit Diskursen über Eitelkeit.¹¹⁸

Eine dem Selfie ähnliche Debatte über Spiegel als Symbol für weibliche Eitelkeit wurde während der Verwendung des Taschenspiegels geführt. Um 1570 wurden in Venedig, Antwerpen und Rouen kleine Taschenspiegel produziert, die wie Schmuckstücke an einem Gürtel an der Hüfte getragen wurden. Die „Unsitte“, die Taschenspiegel sogar während des Kirchenbesuchs zu tragen, veranlasste den französischen Moralisten Jean Des Caurres zu entrüsteten Worten:

„Oh Lord! Alas, under what evil influence have we fallen? to see such depravity on earth as we see, to the point of bringing to church these mirrors of corruption hanging from the belly. Were one to read all the histories—divine, human, and profane—it would never be found that impudent and meretricious women had worn mirrors in public until this day, when the devil is set loose in France: which is more detestable before god and before men than all other abominations. And though none but courtesans and masqued damsels use them, if these times are any indication, every last bourgeois woman and chambermaid (as there are, even at present), by force of habit, will want to wear one.“¹¹⁹

Sorgten einst zum Kirchgang mitgenommene Taschenspiegelchen für Entrüstung, so ist die fotografische Selbstbespiegelung mit dem Oberhaupt der römisch-

¹¹⁸ Vgl.: Warfield, Katie (2014): Why i love selfies and why you should too. Public Presentation. Kwantlen Polytecnic Library Talk. Veröffentlicht am: 26. März 2014. S. 3f. Abrufbar unter: http://www.academia.edu/8213772/Why_I_love_selfies_and_why_you_should_too_Public_Presentation, [Stand: 26. Juli 2015].

¹¹⁹ Des Caurres, Jean (1584): *Œuvres Morales et Divers*, Paris. Ann Arbor: University Microfilms. Göttingen: European Photography. Zitiert nach: Kalas, Rayna (2002): *The technology of reflection: renaissance mirrors of steel and glass*. Portland, Oregon: Portland State University. S. 520f. In: *Journal of Medieval & Early Modern Studies*, Fall 2002, Vol. 32(3). Und vgl.: Warfield, Katie (2014): *Why i love selfies and why you should too*. S. 5f.

katholischen Kirche gegenwärtig zur gängigen Praktik geworden.¹²⁰



Abb. 11: Pope francis and the first 'papal selfie' (2013)

Von wuchernden Bildern und „Ikonomanie“

Der Historiker Christopher Lasch sprach bereits 1978 von einem narzisstischen Zeitalter. In diesem habe der „Homo psychologicus“ den „Homo oeconomicus“ abgelöst. Menschen würden vermehrt für den Augenblick leben, hätten kein Interesse an der Zukunft und verspürten Gleichgültigkeit gegenüber der Vergangenheit.¹²¹

„Daß Charakterstörungen zum wichtigsten Gebiet der psychiatrischen Pathologie geworden sind und daß sich, wie daran erkennbar, die Persönlichkeitsstruktur gewandelt hat, hängt mit ganz spezifischen Veränderungen in der Gesellschaft und Kultur zusammen - mit der Verbürokratisierung, mit dem Überfluß von Eindrücken und Bildern, therapeutischen Ideologien, der Rationalisierung des Innenlebens,

¹²⁰ Alexander, Harriet (31. August 2013): Pope francis and the first 'papal selfie'. In: The Telegraph. Abrufbar unter: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/the-pope/10277934/Pope-Francis-and-the-first-Papal-selfie.html>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹²¹ Vgl.: Lasch, Christopher [1978] (1982): Das Zeitalter des Narzissmus. [Originaltitel: The culture of narcissism. American life in an age of diminishing expectations]. [Aus dem Amerikanischen übertr. von Burmudt Gerhard], München: Bertelsmann Verlag. S. 14f und S. 20f.

dem Konsumkult und, in letzter Instanz, mit Wandlungen des Familienlebens und veränderten Sozialisationsmustern.“¹²²

Ein Einflussfaktor, der die „narzißtische Persönlichkeitsstruktur“ stärker hervortreten ließe, sei, so Lasch, „das Wuchern der visuellen und auditiven Bilder, die unsere Gesellschaft zur ‚Gesellschaft der Show‘ gemacht haben.“¹²³ Hierbei werde das Leben in so großem Ausmaß „durch elektronische Bilder vermittelt, daß wir gar nicht umhin können, auf Mitmenschen so zu reagieren, als ob ihre Handlungen - wie die unsrigen auch - aufgezeichnet und gleichzeitig einem unsichtbaren Publikum übermittelt oder zur späteren genauen Überprüfung archiviert würden.“¹²⁴

In Bezug auf Susan Sontags Essay über Fotografie schrieb Lasch von der Kamera als Mittel der „Selbst-Überwachung“¹²⁵. Die Selbst-Überwachung sei eine der wichtigsten „narzißtischen Verwendungsmöglichkeiten“¹²⁶ die durch die Kamera ermöglicht werde, da diese sowohl „die technischen Hilfsmittel für unaufhörliche Selbstprüfung bereitstellt“¹²⁷ als auch „das eigene Selbstgefühl vom Konsum von Bildern dieses Selbst abhängig macht.“¹²⁸

Diese Ansichten Christopher Laschs klingen auch nach dreißig Jahren als wären sie gerade erst geschrieben worden. Lasch war jedoch der Ansicht, dass jene Gesellschaftskritiker, die von einem neuen Narzissmus sprechen, eine sehr unpräzise Verwendung des Narzissmus Begriffes benutzen würden. Sie benutzen ihn „[...] so ungenau und allgemein, daß von seinem psychologischen Inhalt wenig übrig bleibt.“¹²⁹ Hinzu kommt noch die Problematik, „klinische Befunde auf kollektives Verhalten zu übertragen und zu verallgemeinern“¹³⁰, denn diese Bemühungen „stoßen immer wieder auf die Schwierigkeit, daß Gruppen ein Eigenleben haben.“¹³¹

Der österreichische Philosoph Günther Anders sprach 1977 in seinem Buch „Die Antiquiertheit des Menschen“ von „Ikonomanie“. Ausgeschlossen von der

¹²² Ebenda. S. 54.

¹²³ Ebenda. S. 70f.

¹²⁴ Ebenda. S. 71.

¹²⁵ Ebenda.

¹²⁶ Ebenda.

¹²⁷ Ebenda. S. 71f.

¹²⁸ Ebenda. S. 72.

¹²⁹ Ebenda. S. 52.

¹³⁰ Ebenda. S. 55.

¹³¹ Ebenda.

Serienproduktion suche der Mensch in einer Bildsucht, der „Ikonomanie“, ein Ventil. Der Angst vor Sterblichkeit werde mit einer gesteigerten Bildproduktion entgegenzuwirken versucht. Durch das Fotografieren verwandle sich der Mensch in ein „reproduziertes Produkt“ und könne in seinen Kopien fortleben. Nach Anders sei der Mensch sterblicher, kurzlebiger als die von ihm produzierten Serienprodukte und diese eigene Unersetzbarkeit empfinde der Mensch als Makel, als eine Benachteiligung. Die Erfahrung der Unersetzbarkeit wirke als Memento Mori.¹³² Trotz der Ikonomanie sei die Bildsucht nach Günther Anders jedoch nur ein „Als ob“, eine Ersatzbefriedigung. Durch den Akt des Fotografierens können wir uns zwar vervielfachen, jedoch keine identischen Stücke unseres Selbst entwerfen, wie es bei der Produkterzeugung der Fall sei. „Vollständig wird also die Scham des Menschen vor seinen ‚besseren Dingen‘ durch seine Bilder nicht ausgelöscht.“¹³³

Günther Anders und Christopher Laschs Gedanken wurden in einer Zeit formuliert, in der es keine Smartphones und keine Selfies gab. Es wurde von „Ikonomanie“ gesprochen und von den narzisstischen Verwendungsmöglichkeiten von Fotokameras. Auf Lasch und Anders Bezug nehmend schreibt der österreichische Philosoph Konrad Paul Liessmann über das Selfie:

„Akzeptiert man auch die autoerotische Komponente, die seit dem mythologischen Narziss den Blick auf das Selbst konnotiert, ließe sich das Selfie auch als eine neue Form bildgesteuerter, erotischer Selbstbezüglichkeit deuten, die man ‚Ikonomanie‘ nennen könnte.“¹³⁴

Gegenwärtig wird Selfies ein narzisstischer Charakter angehaftet, ohne klar zu definieren, was genau narzisstisch an ihnen sei. Besonders deren starke Präsenz im Internet scheint ausschlaggebend für diese Zuschreibung zu sein. Einzelne Beispiele werden aus den umfassenden Bildmengen herausgefiltert, die dann exemplarisch zur Beschreibung eines komplexen Phänomens verwendet werden.

In dem 2015 publizierten Artikel „What does the selfie say? Investigating a global phenomenon“ betonen die Professorinnen Theresa Senft und Nancy Baym

¹³² Vgl.: Anders, Günther (1994): Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: Beck'sche Reihe. Band I. S. 56-58.

¹³³ Ebenda. S. 58.

¹³⁴ Liessmann, Konrad Paul (2014): Erkenne dein Selfie. S. 53. In: Philosophie Magazin: Das Ich-Syndrom. Juni/ Juli 2014. Nr. 4. S. 52-53.

die Notwendigkeit einer präziseren Sprache in der Auseinandersetzung mit dem Selfie als einem Genre anstelle von Selfies als einer Praktik der Eitelkeit oder des Narzissmus zu sprechen oder diese mit stereotypisierten Mädchen, die „duck faces“ in ihren Badezimmern erstellen zu assoziieren.¹³⁵

„When people pose for political selfies, joke selfies, sports-related selfies, fan-related selfies, illness-related selfies, soldier selfies, crime-related selfies, selfies at funerals, or selfies at places like museums, we need more accurate language than that afforded by 19th-century psychoanalysis to speak about what people believe themselves to be doing, and what response they are hoping to elicit.“¹³⁶

Die Infografik „The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic“¹³⁷ versucht etwa zu visualisieren, wie Social Media bei Menschen narzisstisches Verhalten verursache, folgendes wird als Definition von Narzissmus angeführt:

„Narcissistic personality disorder involves a preoccupation with self and how one is perceived by others. Narcissists pursue gratification from vanity and the admiration of their own physical and intellectual attributes.“¹³⁸

¹³⁵ Vgl.: Baym, Nancy K./ Senft, Theresa M. (2015): What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. S. 1590.

¹³⁶ Ebenda.

¹³⁷ Newsourcing (2013): The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic. Abrufbar unter: <http://newsourcing.com/project/the-selfie-syndrome/> und abrufbar unter: <http://www.bestcomputerscienceschools.net/selfies/>, [Stand: 26.Juli 2015].

¹³⁸ Ebenda.

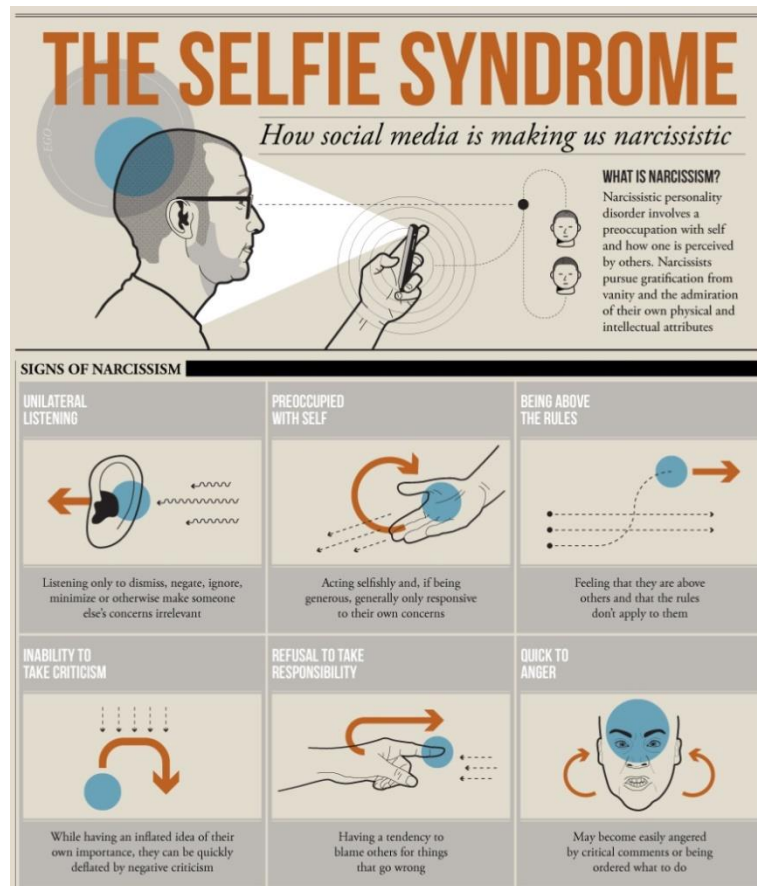


Abb. 12: The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic (2013)

Symptome wie „preoccupied with the self“¹³⁹ und „inability to take criticism“¹⁴⁰ werden angeführt. Der Suche nach Verbindungslinien zur Selfiepraktik wird jedoch nicht näher nachgegangen.

In der Studie „The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self presentation behaviours on social networking sites“¹⁴¹ über die Wechselbeziehung von Narzissmus, Machiavellismus und Psychopathie und der Veröffentlichung von Selfies bei Männern schrieben Fox und Rooney:

„Those higher in narcissism and psychopathy reported posting selfies more frequently. Narcissists and individuals high in self-objectification more frequently edited photos of themselves that they posted to SNSs.“¹⁴²

¹³⁹ Ebenda.

¹⁴⁰ Ebenda.

¹⁴¹ Fox, Jesse/ Rooney, Margaret C. (2015): The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self presentation behaviours on social networking sites. School of Communication, the Ohio State University. In: Personality and Individual Differences, Volume 76. S. 161-165.

¹⁴² Ebenda.

Senft und Baym inkludierten in deren Argumentation, bisher keine überzeugende wissenschaftliche Arbeit über die Erstellung von Selfies und deren Korrelation mit Psychischen Störungen gelesen zu haben, auch die Studie der Ohio State University. Die „Dunkle Triade“, bestehend aus den Persönlichkeitstypen Narzissmus, Psychopathie und Machiavellismus, sei:

„a subclinical group of personality traits notable throughout all sectors of society, deemed within a normal range of functioning and not cause for alarm.“¹⁴³

Im Artikel „Science links selfies to narcissism, addiction & low self-esteem“¹⁴⁴ wird von Danny Bowman berichtet. Der „Daily Mirror“ wird als Quelle angeführt, welcher über Bowmans Selbstmordversuch aufgrund von Unzufriedenheit mit der Qualität seiner Selfies informierte. Bowman habe täglich zehn Stunden damit verbracht bis zu zweihundert Selfies zu erstellen. Seine Diagnose, „selfie addiction“ und „body dysmorphic disorder“. Im Artikel wird von einer „addiction to taking selfies“ gesprochen, einer neuen Pathologie.

„The top psychiatrist at the clinic where Danny was treated revealed addiction to taking selfies is becoming so widespread it is now is [sic!] a recognised mental illness.“¹⁴⁵

„Selfie addiction“ sei so neu, dass es noch keine Statistiken dazu gäbe, jedoch meint Bowmans behandelnder Psychiater David Veal: „It’s not a vanity issue. It’s a mental health one which has an extremely high suicide rate.“ Und weiter:

„[t]he common treatment is where a patient gradually learns to go for longer periods of time without satisfying the urge to take a photograph, along with therapy to address the root cause of the problem.“¹⁴⁶

¹⁴³ Baym, Nancy K./ Senft, Theresa M. (2015): What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. S. 1590.

¹⁴⁴ Barakat, Christie (16. April 2014): Science links selfies to narcissism, addiction & mental illness. In: Adweek. Abrufbar unter: <http://www.adweek.com/socialtimes/selfies-narcissismaddiction-low-self-esteem/147769>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁴⁵ Aldridge, Gemma/ Harden, Kerry (23. März 2014): Selfie addict took two hundred pictures a day - and tried to kill himself when he couldn’t take perfect photo. In: Mirror online. Abrufbar unter: <http://www.mirror.co.uk/news/real-life-stories/selfie-addict-took-two-hundred-3273819>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁴⁶ Ebenda.

Hierbei wurde nicht weiter auf die Frage eingegangen, wer genau „selfie-taking“ als psychische Erkrankung sieht. Auch würde „selfie addiction“ nicht im DSM (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) aufscheinen, ebenso wenig wie „technology addiction“ oder „internet addiction“, so Martin Robbins, Autor des Vice Magzins in seinem Artikel „Don't use selfies to laugh at the mentally ill“. Bezüglich Bowmans Geschichte hob Robbins die Problematik hervor, dass hierbei oft ÄrztInnen in privaten Praxen zu Wort kämen, die durch die Behandlung ihrer Diagnosen Geld verdienen würden.¹⁴⁷

Auf den im Artikel „Science links selfies to narcissism, addiction & low self-esteem“ beschriebenen Fall von Danny Bowman und auf die Diagnose seines Arztes Bezug nehmend, schrieben die Gründerin von „The Selfie Researchers Network“ Theresa Senft und die Professorin für „Communication Studies“ Nancy Baym:

„These diagnoses of individual cases quickly turn into indictments of culture at large. As cultural theorists, this is a worrying move, if only because it marginalizes and maligns the same groups of people over and again.“¹⁴⁸

3.2 „Find your bad angles and learn them“:

Anleitungen zum perfekten Selfie

Parallel zu den im vorangehenden Absatz angeführten Diagnosen, kursieren im Internet eine Vielzahl an Tutorials, die Normierungsvorschläge anbieten und Anleitungen zum „perfekten“ Selfie visualisieren. Hierbei bedienen einander Diskurse und Ideologien, die wiederum einen Einfluss auf soziale Ordnungen und Praktiken haben. Das in der Überschrift verwendete Zitat entstammt einer Aussage der Protagonistin des Youtube-Videos „How to take the perfect selfie“¹⁴⁹. Im Video zeigt Michelle Phan Techniken zur Erstellung des „perfekten“ Selfie. Fotografische Posen werden demonstriert, denn es sei relevant die eigenen „bad

¹⁴⁷ Vgl.: Robbins, Martin (27. März 2014): Don't use selfies to laugh at the mentally ill. In: Vice. Abrufbar unter: https://www.vice.com/en_uk/read/dont-use-selfies-to-laugh-at-the-mentally-ill, [Stand: 20. Mai 2015].

¹⁴⁸ Baym, Nancy K./ Senft, Theresa M. (2015): What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. S. 1590.

¹⁴⁹ Phan, Michelle (2013): How to take the perfect selfie. Veröffentlicht auf Youtube am: 05. September 2013. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=vbqIQcKNE7E>, [Stand: 26. Juli 2015].

angles“ zu erkennen. Phan Tipps: „find your bad angles and learn them“¹⁵⁰, suche nach passenden Lichtverhältnissen oder Phans Extratipp: „Stick out your neck [...] it's all about posture so elongate your neck“¹⁵¹.



Abb. 13: Michelle Phan: How to take the perfect selfie (2013)

Die „Selfie Brush“, eine Haarbürste mit Halterung für das Smartphone bewirbt die Verbindung von „TECHNOLOGY AND BEAUTY TOGETHER IN A SNAP“¹⁵². Auf Selfiebrush.com findet sich neben der Haarbürste mit integrierter Smartphonehalterung auch eine Grafik mit einer Anleitung zum Fotoshoot. „HOW TO TAKE THE PERFECT SELFIE“¹⁵³ lautet die Überschrift und: „Never again question your selfie before taking a selfie“¹⁵⁴. Auf rosafarbenen Sprechblasen wurden sechs Leitsätze, die es zu befolgen gilt, formuliert:

- „Show off your luscious looks“.
- „Find the best lighting“.
- „Capture your best side“.
- „Show off a soft and playful smile“.
- „Hold your camera above eye level“.
- „Find the right filter“.¹⁵⁵

¹⁵⁰ Ebenda.

¹⁵¹ Ebenda.

¹⁵² Selfie brush. Abrufbar unter: <http://www.selfiebrush.com>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁵³ Ebenda.

¹⁵⁴ Ebenda.

¹⁵⁵ Ebenda.

HOW TO TAKE THE PERFECT SELFIE

Never again question your selfie before taking a selfie



Abb. 14: Selfie brush (2015)

3.3 „A subject in need of regulation“:

Korrekturvorschläge und Formen der Abneigung gegenüber Selfies und deren ErstellerInnen

In medialen Berichterstattungen werden sowohl Selfies als auch deren ErstellerInnen mit Narzissmus und Eitelkeit in Verbindung gebracht und somit in den Bereich des Abnormalen verwiesen. Auf Plattformen und Blogs wurden im Zuge von Recherchen über den Zusammenhang von Selfies und Narzissmus, Ansammlungen von Bild- und Textbeispielen, die die Selfiepraktik und deren ErstellerInnen pathologisieren, Selfies in medizinischen Kontexten präsentieren, entdeckt.

„Once the subject is discursively brought into being as devalued, selfie-taking then becomes an accepted indication of a subject in need of regulation.“¹⁵⁶

In Anne Burns Blog „The carceral net: photography, feminism and social media’s disciplinary principle“¹⁵⁷ untersuchte die Fotografin zahlreiche direkte und

¹⁵⁶ Burns, Anne (2015): Self(ie)-discipline: social regulation as enacted through the discussion of photographic practice. S. 1730. In: International Journal of Communication 9 (2015). S. 1716-1733.

indirektere Formen der Abneigung gegen Selfies und deren ErstellerInnen. Sie analysierte visuelles Material, welches Diskurse über Selfies formte und diese unter anderem in medizinischen Kontexten präsentierte. Zudem dokumentierte Burns online „Memes“ über Selfies, Gedanken in Form von Text und Bild, die Aufmerksamkeit und Bekanntheit durch deren Weiterverbreitung im Internet erregen. Die Abwertung der fotografischen Selfiepraktik stehe im Zusammenhang mit einer Verfestigung von Verhaltensnormen. Wer diese, in Form von Tipps und Anleitungen formulierten Verhaltensregeln nicht befolge, könne nur mit Hohn, Spott und Hass rechnen.

In ihrem Artikel „Self(ie)-discipline: social regulation as enacted through the discussion of photographic practice“¹⁵⁸ schreibt Burns über die disziplinierenden Effekte von Berichterstattungen und Äußerungen über Selfies. Diskurse werden als Regeln, Tipps (Tutorials über die Erstellung des perfekten Selfies) und Verbote formuliert oder in Form von Häm gegenüber jenen Personen veräußert, die nicht die „Regeln“ befolgen würden.¹⁵⁹ Hierbei finde eine Stigmatisierung einer spezifischen Gruppe, jener der SelfieerstellerInnen statt.¹⁶⁰ Diese werde zur Zielscheibe von Kritik in Form von Abwertung, Vorurteilen und Häm.

„By being discursively constructed as both problematic and feminine, the selfie enables the targeted discipline of young woman by perpetuating stereotypes, maintaining hierarchies, and normalizing the punishment and correction of subjects perceived to be abnormal.“¹⁶¹

Normalisiert werden hierbei die Korrekturversuche und die Disziplinierung von Subjekten, deren Verhalten als abweichend angesehen wird. Die „Bestrafung“ jener Personen, die gegen Regeln der Selfieerstellung verstoßen, ist ein Instrument sozialer Kontrolle.

¹⁵⁷ Burns, Anne (2013-heute): The carceral net: photography, feminism and social media's disciplinary principle. Blog abrufbar unter: <https://thecarceralnet.wordpress.com>, 11. Mai 2014, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁵⁸ Burns, Anne (2015): Self(ie)-discipline: social regulation as enacted through the discussion of photographic practice. S. 1717.

¹⁵⁹ Vgl.: Ebenda.

¹⁶⁰ Vgl.: Ebenda.

¹⁶¹ Ebenda. S. 1730.

Foucault spricht von einem „Strafsystem der Norm“¹⁶², von der „Macht der Norm“¹⁶³, einer „Normalisierungsmacht“¹⁶⁴. Diese gehe mit einem Zwang zur Homogenität einher, auf der anderen Seite beinhalte dies auch Individualisierendes, da gemessen wird, Unterschiede definiert und Besonderheiten hervorgehoben werden und jene Differenzierungen einander angeglichen werden.¹⁶⁵

Im Artikel „Selfie-correction“¹⁶⁶ zeigt Burns am Beispiel der amerikanischen Serie „Selfie“¹⁶⁷, in welcher Form Disziplinierungsdiskurse geführt werden. Im Rahmen der Serie ist das „unangebrachte“ selbstdarstellerische Verhalten der Hauptprotagonistin Eliza Dooley mit den Bestrebungen eines Marketing-Experten verbunden, ihren Modus des Selbstausdrucks zu korrigieren. Nach Burns Analyse werde Eliza als narzisstische Selfiemacherin dargestellt, deren Verhalten in Anlehnung an George B. Shaws Schauspiel „Pygmalion“ verändert werden soll. Wurde in Shaws Klassiker Eliza Doolittles Akzent durch den Sprachwissenschaftler Henry Higgins korrigiert und der Gesellschaft angepasst, so wird in der aktuellen Serie, Eliza Dooleys selbstdarstellerischer Umgang mit Social Media durch den PR-Experten Henry Higgs als „problematisch“ angesehen und einer Korrektur unterzogen. Das Fehlen von Zurückhaltung und Kontrolle ihrer eigenen Bedürfnisse sei hierbei das Problem.¹⁶⁸

„[...] Eliza’s confident entry into the virtual public sphere is presented as emblematic of her lack of restraint in other areas of her life. It is this absence of feminine discipline that is seen as the problem: She lacks the social graces and controlled appetite (relating to food, sex, or self-representation as signified by selfies) that continue to be expected of young women.“¹⁶⁹

¹⁶² Foucault, Michel [1977] (2012): Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. S. 236.

¹⁶³ Ebenda. S. 237.

¹⁶⁴ Ebenda.

¹⁶⁵ Vgl.: Ebenda.

¹⁶⁶ Burns, Anne (04. August 2014): Selfie-correction. In: The New Inquiry Magazine. Abrufbar unter: <http://thenewinquiry.com/essays/selfie-correction/>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁶⁷ ABC TV (2014): Selfie (TV show). Veröffentlicht auf Youtube am: 14. Mai 2014. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=7qJAPLypDnE>, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁶⁸ Vgl.: Burns, Anne (2013-heute): The carceral net: photography, feminism and social media’s disciplinary principle. Abrufbar unter: <https://thecarceralnet.wordpress.com>, 30. Mai 2014, [Stand: 26. Juli 2015].

¹⁶⁹ Ebenda.

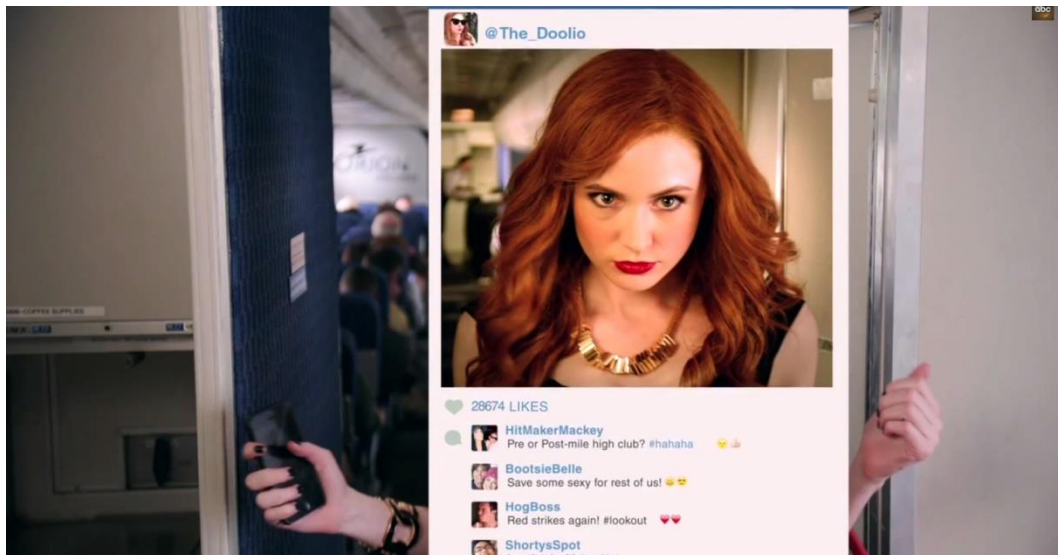


Abb. 15: ABC TV: Selfie (TV show), (2014)

Das Selfie werde nach Burns nicht nur als Selbstausdruck interpretiert sondern als Eigenwerbung und dieses Verhalten stelle Elizas „Problem“ dar. Sie sei zu selbstbewusst und verleihe ihren eigenen Bedürfnissen oberste Priorität. Die Selfieerstellungspraktik sei somit symbolisch für den Verlust weiblich konnotierter Eigenschaften, so Burns. „Selfie-taking symbolizes the loss of certain qualities of feminine passivity: modesty, privacy, and selflessness.“¹⁷⁰

Die Formen, in der die Verwendung von Selfies und der Charakter der Hauptprotagonistin in der Serie zum Vorschein kommen, stützen sich auf ein geteiltes soziales Verständnis darüber, was Selfies zu bedeuten haben, und hierbei entstehen Konstruktionen des Selfie und ihrer ErstellerInnen, geformt von Kommentaren in Foren, Artikeln in Zeitungen, Blogeinträgen und Bildern.

„Rather than celebrate selfie-taking’s potential for negotiating and performing identity, the practice is positioned alongside women’s use of sexting as indicative of a dangerously out-of-control feminine sexuality. This moral panic is evident throughout dominant cultural discussions of the selfie [...]“¹⁷¹.

Personen und eine fotografische Praktik werden zur Zielscheibe von Abneigung, Spott, Hass, Mechanismen mit disziplinierender Funktion, womit die Abweichung vom „Normalzustand“ bestraft werde. Diese Mechanismen haben eine

¹⁷⁰ Ebenda.

¹⁷¹ Ebenda.

regulierende Komponente, welche am Beispiel der vielen „Korrekturvorschläge“ in Form von Tutorials, Tipps und Anleitungen zum „perfekten“ Selfie zu beobachten ist.

Im Zuge dieses Abschnitts wurden Beispiele darüber angeführt, wie in der Medienöffentlichkeit über Selfies verhandelt wird. Jene Exempel fanden hierbei eine Bühne, die mit Generalisierungen und Stereotypisierungen operieren, die Selfiepraktik als stellvertretend für eine Generation anführen, mit Narzissmuskonzepten in Verbindung bringen und sowohl die Selfiepraktik als auch deren ProduzentInnen in einen medizinischen Kontext rücken.

Theresa Senft und Nancy Baym führen Beispiele dafür an inwiefern Subjekte für die Erstellung ihrer Selfies diszipliniert würden. Die Zirkulation von Selfies könne Gefühle sozialer, politischer oder ökonomischer Machtlosigkeit auslösen.¹⁷²

„Such disempowerment might occur online in the form of being disciplined for taking selfies wrong; as racist, misogynist, homophobic, racist, ageist, or ableist attacks; as online bullying; or under the guise of a malicious meme that ‘borrows’ a photo generated for an entirely different audience. It could occur off-line, too, as happens when someone finds himself fired at work after being targeted by a revenge porn episode; victimized by doxxing (where personal documentation is hacked and released online); or, worse still, becomes the target of stalking or physical violence.“¹⁷³

Gelangt ein erstelltes Selfie in den Zirkulationsmodus sozialer Netzwerke, können ursprüngliche Intentionen bezüglich des Selfie schnell in andere Kontexte rücken, sich dem eigenen Einfluss entziehen und andere Assoziationen bei den BetrachterInnen erzeugen. Vorurteile ermöglichen die Abwertung von Selfies oder die Abwehr und Diskriminierung von Personen oder Gruppen, die Selfies erstellen. Das Produzieren und Reproduzieren von Vorurteilen leistet zudem einen Beitrag zur Steuerung von Verhaltensweisen gegenüber Personen die Selfies erstellen.

¹⁷² Baym, Nancy K./ Senft, Theresa M. (2015): What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. S. 1598.

¹⁷³ Ebenda.

CONCLUSIO

Im Rahmen der Arbeit wurde die Selfiepraktik in ihrer Verknüpfung mit anderen Formen der Selbstthematisierung untersucht und es wurden Verbindungslinien zur Geschichte des Selbstporträts gezogen. Welche Vorformen der Praktik der Selfiegenerierung zugrunde liegen und durch welche Aspekte sich diese von Selbstporträts aus Malerei und Fotografie unterscheiden, konnte auf diese Weise angeführt werden.

In der Analyse ergaben sich Analogien zu künstlerischen Arbeiten, deren ästhetisches Prinzip seriellen Charakter hat, zudem wurde das Selfie als Kommunikationsmittel und „Status Update“ diskutiert.

Die Selfiepraktik wurde in weiterer Folge in ihrem Verhältnis zu Technik beschrieben: Selfies stehen im Zusammenhang mit technologischen Entwicklungen, die sowohl für den Erstellungsprozess als auch für die Distribution von Selfies ausschlaggebend sind, daher war ein intensives Eingehen auf das Verhältnis zwischen SelfieerstellerInnen und der ihnen zur Verfügung stehenden Technik von Bedeutung. Selfies als bereits gefiltertes Medium zu verstehen war ein relevanter Aspekt der Arbeit, denn technologische, kulturelle und kognitive Filter beeinflussen die Erstellungs- und Wahrnehmungsprozesse von Selfies und lassen sowohl in die Generierung als auch Rezeption von Selfies und deren ErstellerInnen tradierte Vorstellungen von Repräsentation einfließen. Die problematische Frage nach der Bedeutung von Selfies stand hierbei im Mittelpunkt, besonders in Hinblick auf die Handlungsmacht von SelfierstellerInnen innerhalb der technischen Möglichkeiten. Selfies unterlaufen zahlreiche Modifizierungen und sind geprägt von kulturellen, technologischen und kognitiven Einflüssen. Diese Prägungen wurden hervorgehoben und im Zusammenhang mit Social Media gedacht.

Im zweiten Kapitel wurden Gedanken über Selbstoptimierung und Aufmerksamkeitsgenerierung in Bezug auf Selfies formuliert. Selfies auf Internetplattformen einer digitalen Öffentlichkeit zu präsentieren, ist jener Aspekt der Selbstthematisierung, in dem sich das Subjekt ins Schaufenster begibt. Da sich Formen der Überwachung gegenwärtig ausgeweitet haben, stellte sich im Zuge

der Arbeit die Frage, in welchem Zusammenhang die Selfiepraktik mit Techniken der Selbstvermessung, der Selbstregulierung und Überwachung steht. Als Beispiel wurde die „Quantified Self“-Bewegung angeführt, deren Ziel die Optimierung des Wissens über sich selbst in Form von Daten ist. Das Wechselspiel unterschiedlichster Mechanismen und Institutionen war in der Analyse dieser Verbindungslinie ein mitzubeachtendes Element.

Im dritten Kapitel wurden Beispiele dafür angeführt, wie über Selfies in der medialen Berichterstattung verhandelt wird. An Beispielen wurde herausgearbeitet, inwiefern die Selfiepraktik eine negative Konnotation erfährt. Die Abwertung und der Verweis einer kulturellen Praktik in den pathologischen Bereich geht mit einer Disziplinierung jener Subjekte einher, die sich dieser Praktik bedienen. Zwei Stränge ließen sich beobachten: Einerseits finden sich im Internet zahlreiche Anleitungen für die Erstellung „perfekter“ Selfies. Normierungsvorschläge werden in Form von Tutorials und Anleitungen angeboten. Zum anderen findet bei jenen Selfiepraktiken, die diesen Normierungen nicht entsprechen, eine Abwertung in Form von Parodie, Hassbekundungen oder Pathologisierungsdebatten statt. Das Selfie als „Do-it-yourself“-Praktik, als selbstproduzierte fotografische Aufnahme erweist sich als Konglomerat unterschiedlichster Interessen und erfährt im Kontext medialer Berichterstattung zahlreiche Zuschreibungen. Sowohl in der Produktion von Selfies als auch in ihrer Interpretation und Rezeption finden Inszenierungen statt, die zudem auch das Potenzial von Verweigerung zugewiesener Normen und Rollenbilder beinhalten können. Eine kritische Betrachtung der Bedeutung von Selfies und der Mechanismen, mit denen diese Praktik in Verbindung steht, ist der Disziplinierung von Visibilität und dem Verweis einer fotografischen Praktik und deren AkteurInnen in einen medizinischen Kontext vorzuziehen.

LITERATURVERZEICHNIS

Monografien

- Anders, Günther (1994): Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: Beck'sche Reihe. Band I.
- Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Erste Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Burke, Peter (2003): Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quellen. [Aus dem Englischen übertragen von Matthias Wolf], Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.
- Byung-Chul, Han (2013): Im Schwarm. Ansichten des Digitalen. Berlin: Matthes & Seitz. 1. Auflage.
- Calabrese, Omar (2006): Die Geschichte des Selbstporträts. [Aus dem Ital. übertr. von Elisabeth Wünsche-Werdehausen], München: Hirmer Verlag.
- Des Caurres, Jean (1584): Œuvres Morales et Divers, Paris. Ann Arbor: University Microfilms. Göttingen: European Photography.
- Foucault, Michel [1977] (2012): Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. [Originaltitel: Surveiller et punir. La naissance de la prison]. [Aus dem Französ. übertragen von Walter Seitter], Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Foucault, Michel (1981): Archäologie des Wissens. [Originaltitel: L'Archéologie du savoir]. [Aus dem Französ. übertragen von Ulrich Köppen], Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. München, Wien: Carl Hanser Verlag.
- Hannavy, John (2008): Encyclopedia of nineteenth-century photography. New York: Routledge.
- Häussler, Franz (2004): Fotografie in Augsburg, 1839-1900. Augsburg: Wißner Verlag.

- Keller, Catherine (1999): Der Ich Wahn. Abkehr von einem lebensfeindlichen Ideal. Zürich: Kreuz Verlag.
- Kierkegaard, Søren [1849] (1997): Die Krankheit zum Tode. [Originaltitel: Sygdommen til Døden]. [Aus dem Dänischen übertragen von Gisela Perlet], Stuttgart: Reclam Verlag.
- Lasch, Christopher [1978] (1982): Das Zeitalter des Narzissmus. [Originaltitel: The culture of narcissism. American life in an age of diminishing expectations]. [Aus dem Amerikanischen übertr. von Burmundt Gerhard], München: Bertelsmann Verlag.
- Marwick, Alice E. (2013): Status update. Celebrity, publicity, and branding in the social media age. New Haven: Yale University Press.
- Pellicer, Raynal (2010): Photobooth. The art of the automatic portrait. [Aus dem Französ. übertragen von Antony Shugaar], New York: Abrams.
- Rettberg, Jill Walker (2014): Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Selke, Stefan (2014): Lifelogging. Wie die digitale Selbstvermessung unsere Gesellschaft verändert. Berlin: Econ Verlag.

Herausgeberwerke

- Keupp, Heiner/ Höfer, Renate (Hg.) (1997): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Beiträge einzelner AutorInnen in Herausgeberwerken

- Bilden, Helga (1997): Das Individuum – ein dynamisches Selbst vielfältiger Teilselbste. Zur Pluralität in Individuum und Gesellschaft. S. 227-249. In: Keupp, Heiner/ Höfer, Renate (Hg.): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Elektronische Zeitungsartikel mit und ohne AutorIn

- Alexander, Harriet (31. August 2013): Pope francis and the first 'papal selfie'. In: The Telegraph. Abrufbar unter: <http://www.telegraph.co.uk/news/world-news/the-pope/10277934/Pope-Francis-and-the-first-Papal-selfie.html>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Aldridge, Gemma/ Harden, Kerry (23. März 2014): Selfie addict took two hundred a day - and tried to kill himself when he couldn't take perfect photo. In: Mirror Online. Abrufbar unter: <http://www.mirror.co.uk/news/real-life-stories/selfie-addict-took-two-hundred-3273819>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Barakat, Christie (16. April 2014): Science links selfies to narcissism, addiction & mental illness. In: Adweek. Abrufbar unter: <http://www.adweek.com/socialtimes/selfies-narcissism-addiction-low-self-esteem/147769>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Batchen, Geoffrey. In: Colman, David (30. Juni 2010): Me, myself and iPhone. In: The New York Times. Abrufbar unter: http://www.nytimes.com/2010/07/01/fashion/01ONLINE.html?pagewanted=all&_r=0, [Stand: 25. Juli 2015].
- Burns, Anne (04. August 2014): Selfie-correction. In: The New Inquiry Magazine. Abrufbar unter: <http://thenewinquiry.com/essays/selfie-correction/>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Colman, David (30. Juni 2010): Me, myself and iPhone. In: The New York Times. Abrufbar unter: http://www.nytimes.com/2010/07/01/fashion/01ONLINE.html?pagewanted=all&_r=0, [Stand: 25. Juli 2015].
- Figl, Bettina (12. November 2014): Layouter des Todes. In: Wiener Zeitung. Abrufbar unter: http://www.wienerzeitung.at/themen_channel/bildung/uni/?em_cnt=704276, [Stand: 26. Juli 2015].
- Fox, Jesse/ Rooney, Margaret C. (2015): The dark triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self presentation behaviours on social networking sites. School of Communication, the Ohio State University. In: Personality and Individual Differences, Volume 76. S. 161-165.
- Hack, Günter (16. Juli 2012): Kampf zwischen Mensch und Programm. Abrufbar unter: <http://orf.at/stories/2087804/2087633/>, [Stand: 24. August 2015].

- Marche, Stephen (24. Juli 2013): Sorry, your selfie isn't art. In: Esquire, The Culture Blog. Abrufbar unter: <http://www.esquire.com/entertainment/a23557/selfies-arent-art/>, [Stand: 23. Juli 2015].
- Robbins, Martin (27. März 2014): Don't use selfies to laugh at the mentally ill. In: Vice. Abrufbar unter: https://www.vice.com/en_uk/read/dont-use-selfies-to-laugh-at-the-mentally-ill, [Stand: 20. Mai 2015].
- Saltz, Jerry (27. Jänner 2014): Art at arm's length: a history of the selfie. In: Vulture. Abrufbar unter: <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>, [Stand: 24. Juli 2015].
- Time Magazine (20. November 2014): The 25 best inventions of 2014. Abrufbar unter: <http://time.com/3594971/the-25-best-inventions-of-2014/>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Turkle, Sherry (15. Dezember 2013): The documented life. In: The New York Times. Abrufbar unter: http://www.nytimes.com/2013/12/16/opinion/the-documented-life.html?_r=1, [Stand: 25. Juli 2015].
- Wortham, Jenna (19. Oktober 2013): My selfie, myself. In: The New York Times. Abrufbar unter: <http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html>, [Stand: 25. Juli 2015].

Elektronische Artikel

- Arkin, Robert (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].
- Heinzlmaier, Bernhard (2011): Medien als jugendliche Inszenierungswelten. Das unternehmerische Selbst im Web 2.0. Wien: Institut für Jugendkulturforschung. Abrufbar unter: <http://jugendkultur.at/wp-content/uploads/web.pdf>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Leary, Mark R. (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].

- Mann, Steve (2013): Veillance and reciprocal transparency: surveillance versus sousveillance, AR glass, lifelogging, and wearable computing. IEEE International Symposium, Juni 2013. Technology and Society (ISTAS). S. 1-12. Abrufbar unter: <http://wearcam.org/veillance/veillance.pdf>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Nelson-Field, Karen (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].
- Okabe, Daisuke/ Ito, Mizuko/ Shimizo, Aico/ Chipchase, Jan (2006): The social uses of purikura: photographing, modding, archiving, and sharing. California: Ubicomp 2006. The Eighth International Conference of Ubiquitous Computing. S.1-4. Abrufbar unter: <http://www.itofisher.com/mito/okabe.purikura.pdf>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Schofield Clark, Lynn (19. November 2013): In Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 24. Juli 2015].
- Tifentale, Alise (2014): The selfie: making sense of the "masturbation of self image" and the "virtual mini-me". The Graduate Center, the City University of New York (CUNY). S. 1-24. In: SelfieCity. Abrufbar unter: <http://selfiecity.net/#theory>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Van Dijck, José (19. November 2013): In: Scholarly reflections on the 'selfie'. Oxford University Press's Academic Insights for the Thinking World. Abrufbar unter: <http://blog.oup.com/2013/11/scholarly-reflections-on-the-selfie-woty-2013/>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Warfield, Katie (2014): Why i love selfies and why you should too. Public Presentation. Kwantlen Polytecnic Library Talk. Veröffentlicht am: 26. März 2014. S. 1-9. Abrufbar unter: http://www.academia.edu/8213772/Why_I_love_selfies_and_why_you_should_too_Public_Presentation, [Stand: 26. Juli 2015].

Zeitschriften

- Kubelka-Bondy, Friedl: Spiegel. In: Breicha, Otto (Hg.) (1974): Protokolle 74/2. Wiener Halbjahresschrift für Literatur, bildende Kunst und Musik. Wien: Jugend & Volk Verlag.
- Liessmann, Konrad Paul (2014): Erkenne dein Selfie. In: Philosophie Magazin: Das Ich-Syndrom. Juni/ Juli 2014. Nr. 4. S.52-53.

Elektronische Zeitschriften

- Baym, Nancy K./ Senft, Theresa M. (2015): What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. In: International Journal of Communication 9 (2015). S.1588-1606. Abrufbar unter: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4067/1387>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Burns, Anne (2015): Self(ie)-discipline: social regulation as enacted through the discussion of photographic practice. In: International Journal of Communication 9 (2015). S. 1716-1733.
- Kalas, Rayna (2002): The technology of reflection: renaissance mirrors of steel and glass. Portland, Oregon: Portland State University. In: Journal of Medieval & Early Modern Studies, Fall 2002, Vol. 32(3). S. 519-542.

Sonstige elektronische Medien

- ABC TV (2014): Selfie (TV show). Veröffentlicht auf Youtube am: 14. Mai 2014. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=7qJAPLypDnE>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Burns, Anne (2013-heute): The carceral net: photography, feminism and social media's disciplinary principle. Blog abrufbar unter: <https://thecarceralnet.wordpress.com>, 11. und 30. Mai 2014, [Stand: 26. Juli 2015].
- Cazwell (2013): No selfie control. Veröffentlicht auf Youtube am: 15. Oktober 2013. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=opHxCnQfa44>, [Stand: 28. Juli 2015].
- Davidson, Cathy (2015): Long, long history of self-portraiture. In: HASTAC Scholars Program: see me like i do: a forum on selfies. Veröffentlicht am:

10. Feber 2015. Abrufbar unter: <https://www.hastac.org/initiatives/hastac-scholars/scholars-forums/see-me-i-do-forum-selfies>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Extra TV (2013): Kim Kardashian's tips for the perfect selfie. Veröffentlicht auf Youtube am: 27. November. 2013. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=CUICEPzVSuI>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Instagram (2015): Abrufbar unter: <https://instagram.com>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Keller, Jonathan (2014): The adaption to my generation. A daily photo project. Abrufbar unter: <http://jk-keller.com/daily-photo/>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Now sourcing (2013): The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic. Abrufbar unter: <http://newsourcing.com/project/the-selfie-syndrome/> und abrufbar unter: <http://www.bestcomputerscienceschools.net/selfies/>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Oxford Dictionaries (19. November 2013): Selfie is named oxford dictionaries word of the year 2013. Abrufbar unter: <http://blog.oxforddictionaries.com/press-releases/oxford-dictionaries-word-of-the-year-2013/>, [Stand: 28. Juli 2015].
- Phan, Michelle (2013): How to take the perfect selfie. Veröffentlicht auf Youtube am: 05. September 2013. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=vbqIQcKNE7E>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Phan, Michelle (2013): How to take the perfect selfie. Abrufbar unter: <http://michellephan.com/new-video-how-to-take-the-perfect-selfie/>, [Stand: 26. August 2015].
- PointGrab: CamMe – best app for taking selfies. Abrufbar unter: <https://itunes.apple.com/at/app/camme-best-app-fortaking/id597208969?mt=8>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Quantified self. Self knowledge through numbers. Abrufbar unter: <http://quantifiedself.com/about/>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Selfie brush. Abrufbar unter: <http://www.selfiebrush.com>, [Stand: 26. Juli 2015].
- #SELFIE - Imag(in)ing the self in digital media. International & Interdisciplinary Conference. (23-24. April 2015). Philipps-Universität Marburg. Abrufbar unter: http://www.uni-marburg.de/fb09/medienwissenschaft/forschung/veranstaltungen/%23selfie_cfp, [Stand: 25. Juli 2015].

- Selfie Researchers Network (2014): The selfie researchers network. Abrufbar unter: <http://www.selfieresearchers.com>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Selfies Research Network (2013): The selfies research network. Facebook Gruppe. Abrufbar unter: <https://www.facebook.com/groups/664091916962292/>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Senft, Theresa M. (09. Jänner 2015): What is a selfie? In: Selfies research network (2013): The selfies research network. Facebook Gruppe. Abrufbar unter: <https://www.facebook.com/groups/664091916962292/>, [Stand: 26. Juli 2015].
- Senft, Theresa M. (22. Mai 2014): The epistemology of the second selfie: what queer teaches us about digital display, surveillance & power. Talk delivered at pre-conference for International Communication Association. Seattle, Washington.
- Warfield, Katie (26. März 2014): Why i love selfies and why you should too (damn it). Public lecture at Kwantlen Polytechnic University. Veröffentlicht auf Youtube am: 02. April 2014. Abrufbar unter: <https://www.youtube.com/watch?v=aOVIJwy3nVo>, [Stand: 25. Juli 2015].
- Warfield, Katie (2014): Why i love selfies and why you should too. Public Presentation. Kwantlen Polytecnic Library Talk. Veröffentlicht am: 26. März 2014. S. 1-9. Abrufbar unter: http://www.academia.edu/8213772/Why_I_love_selfies_and_why_you_should_too_Public_Presentation, [Stand: 26. Juli 2015].

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- Abb. 1:** Parmigianino: Self-portrait in a convex mirror (1524), Öl auf Holz, Durchmesser: 24,4 cm, Wien, Kunsthistorisches Museum. In: Woods-Marsden, Joanna (1998): Renaissance self-portraiture. The visual construction of identity and the social status of the artist. New Haven: Yale University Press. Abb. 92. S. 137. **13**
- Abb. 2:** M. C. Escher: Hand mit spiegelnder Kugel (1935), Lithografie: 42,7 x 31,7 cm. In: Ernst, Bruno (1986): Der Zauberspiegel des Maurits Cornelis Escher. Berlin: Taco Verlag. Abb. 146. S. 74. **14**
- Abb. 3:** Mirror selfies, Google screenshot, [Stand: 28. August 2015]. **15**
- Abb. 4:** Andy Warhol: Selbstporträts aus dem Fotoautomaten (1964), Automatenfotos, je 19,7 x 4,1 cm. New York, The Robert Mapplethorpe Foundation. In: McShine, Kynaston (Hg.) (1989): Andy Warhol: Retrospektive. Ausst.-Kat., München: Prestel Verlag. S. 11. **17**
- Abb. 5:** Purikura-Fotografie, Google screenshot, [Stand: 28. August 2015]. **20**
- Abb. 6:** Friedl Kubelka: Das erste Jahresportrait (1972/73), Bartyapier à 5 x 5 cm. In: Schwärzler Dietmar (Hg.) (2013): Friedl Kubelka vom Gröller. Photography and Film. Zürich: JRP Ringier Kunstverlag. S. 32. **22**
- Abb. 7:** On Kawara: I got up (1970), Postkarte mit Stempel, 10,2 x 14,6 cm, New York, Museum of Modern Art, the Seth Siegelau Collection. In: Witkovsky, Matthew S. (Hg.) (2011): Light years: conceptual art and the photograph. Ausst.-Kat., Chicago: The Art Institute of Chicago. Abb. 35. S. 80. **23**
- Abb. 8:** Eleanor Antin: Carving. A traditional sculpture (1973), black and white photographs, text, 144 photographs, 18 x 12,5 cm, Art Institute of Chicago. In: Warr, Tracey (Hg.)/ Jones Amelia (2000): The artist's body. London: Phaidon. S. 87. **24**

- Abb. 9:** Jonathan Keller: Living my live faster (1998-2014), Video. In: Keller, Jonathan (2014): The adaption to my generation. A daily photo project. Abrufbar unter: <http://jk-keller.com/daily-photo/>, [Stand: 25. Juli 2015]. **25**
- Abb. 10:** Bookshelf selfie, Google screenshot (2015), [Stand: 28. August 2015]. **42**
- Abb. 11:** Pope francis and the first 'papal selfie' (2013). In: Alexander, Harriet (31. August 2013): Pope francis and the first 'papal selfie'. The Telegraph. Abrufbar unter: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/the-pope/10277934/Pope-Francis-and-the-first-Papal-selfie.html>, [Stand: 26. Juli 2015]. **50**
- Abb. 12:** The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic (2013), Infografik. In: Newsourcing (2013): The selfie syndrome. How social media is making us narcissistic. Abrufbar unter: <http://newsourcing.com/project/the-selfie-syndrome/> und abrufbar unter: <http://www.bestcomputerscienceschools.net/selfies/>, [Stand: 26. Juli 2015]. **54**
- Abb. 13:** Michelle Phan: How to take the perfect selfie (2013). Abrufbar unter: <http://michellephan.com/new-video-how-to-take-the-perfect-selfie/>, [Stand: 26. August 2015]. **57**
- Abb. 14:** Selfie brush (2015). Abrufbar unter: <http://www.selfiebrush.com>, [Stand: 26. Juli 2015]. **58**
- Abb. 15:** ABC TV: Selfie (TV show), (2014), Youtube screenshot, [Stand: 28. August 2015]. **61**