

Steimer | Paganini | Filipović [Hrsg.]

# Das Selbst im Blick

Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-Forschung



Nomos



Kommunikations- und Medienethik

herausgegeben von

Alexander Filipović

Christian Schicha

Ingrid Stapf

Band 19

A. Kristina Steimer | Claudia Paganini  
Alexander Filipović [Hrsg.]

# Das Selbst im Blick

Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-Forschung



**Nomos**



Der Sammelband wurde mit freundlicher Unterstützung  
der Ludwig-Delp-Stiftung gefördert.

**Die Deutsche Nationalbibliothek** verzeichnet diese Publikation in  
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-8550-6 (Print)

ISBN 978-3-7489-2911-6 (ePDF)

Bis Band 4 erschienen bei Beltz Juventa, Weinheim.



Onlineversion  
Nomos eLibrary

1. Auflage 2023

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2023. Gesamtverantwortung für Druck  
und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch  
die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Über-  
setzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

# Inhaltsverzeichnis

*A. Kristina Steimer, Claudia Paganini, Alexander Filipović*

Das Selbst im Blick. Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-  
Forschung – Einleitung 7

## **Themenbereich Corpusbildung: Wie vollzieht sich das Selfie?**

*Lydia Isabella Korte*

Selfie-Performance.  
Das Selfie als Spiegelillusion des Selbst auf dem Screen 35

*Johannes Brunner*

Was willst du erblicken? Das Begehren des Anderen im Selfie 57

*Winfried Gerling*

Environmental Selfies – GoPros Selbstbilder einer komplexen Umwelt 77

*Katharina Lobinger*

Wo ist eigentlich die Kritik an Selfies geblieben? Zum ‚Coming of age‘  
eines oft problematisierten Genres visueller Kommunikation 97

## **Themenbereich Identität: Wen bildet das Selfie?**

*Tobias Wittchen*

‚Das bin ich. Und das sind wir vor dem Eiffelturm.‘ Ein Vorschlag  
zur bildanalytischen Differenzierung zwischen porträtierenden und  
dokumentierenden Selfies auf Instagram 119

*Silvana Weber*

Selfies und das Selbst: Psychologische Erkenntnisse zum  
Zusammenspiel von bildlicher Selbstdarstellung und Identität 143

*Simone Birkel*

Ich und mein Selfie.  
Leisten Selfies einen Beitrag zur Identitätsentwicklung Jugendlicher? 155

*Krishna Kops*

- Das Selfie als (philosophische) Frage?  
Phänomenologische Annäherungen an den Frageakt des Selfies 181

**Themenbereich Ideengeschichte: Woher kommt das Selfie?**

*Johannes Kirschenmann/Maya Hermens*

- Das Lachen der Masken bei Tisch  
Porträt als ‚Selfie‘ in Szenen des Essens 207

*Henriette Hufgard*

- Selfie postkolonial? Selbstkonstitutionen zwischen kolonialen  
Objekten, Stillleben und *weißer* Subjektivität 225

**Themenbereich Partizipation: Was verändert das Selfie?**

*Noreen van Elk*

- Wenn du den Frieden willst, mach‘ ein Selfie  
Eine friedensethische Perspektive auf Selfiepraktiken im Kontext von Krieg und  
bewaffneten Konflikten 253

*Julian Kraemer*

- Flanieren im Kosmos der Automaten.  
Ein philosophisches Portrait des [video]Flâneur\* und seiner Selfiekunst als  
ästhetisch-epistemische Abhandlung über das Schaffen von Bedeutung mit und  
in digitalen Strukturen 277

*Celine Frohnappfel, Sophie Hepach, Oana Lünenborg, Zoe Mayer,  
Liv Rademacher, Karin Boczek, Korbinian Klinghardt und Jonas  
Schützeneder*

- Selfies in Instagram-Stories von Influencer:innen 305

*Wolfgang Ullrich*

- Die Politisierung des Gesichts. Über Selfie-Aktivismus 321

- Autor:innen 335

# Das Selbst im Blick. Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-Forschung – Einleitung

*A. Kristina Steimer, Claudia Paganini, Alexander Filipović*

## *1. Anvisieren*

Die Geschichte des Selfies begann mit einer Entschuldigung. „[S]orry about the focus, it was a selfie“ (Liddy 2013: o.S.), kommentierte ein Mittzwanziger das eigene Foto seines Gesichts auf einer australischen Online-Plattform. Er hatte es anlässlich seiner lädierten Lippe aufgenommen, die er sich nach einer Partynacht durch einen Sturz im betrunkenen Zustand zugezogen hatte, und wollte damit Ratschläge für die Wundheilung einholen. Diese auf das Jahr 2002 datierte – buchstäbliche – Begriffstaupe verweist auf zweierlei: Erstens war das Selfie klar definiert, und zwar als eine Selbstaufnahme des Fotografen von sich, die Kommunikation und Austausch mit anderen anzielt. Zweitens unterschied sich die digitale Selbstfotografie offenbar von bestehenden Repräsentationskonventionen für die öffentliche Selbstdarstellung. Andernfalls ergäbe es keinen Sinn, dass der Australier das Zustandekommen der Bildausrichtung explizit in einer Caption erklärte und begründete. Beide Aspekte haben sich seither verändert: Der Aufnahmewinkel aus der begrenzten Reichweite der eigenen Armlänge und die daraus resultierende Nähe der Kamera zum eigenen Gesicht benötigen keine Erklärung mehr. Sie sind inzwischen ein fester Bestandteil kultureller Bilderrepertoires des Social Web und seiner Kommunikationsformen<sup>1</sup>. Hingegen stellt nun die Definition des Selfies eine recht unklare Gemengelage dar.

Warfield et al. (2016: 4f) fassen die Anforderungen, denen sich Forscher:innen bei der Untersuchung des Selfies zu stellen haben, zusammen:

---

1 „Social Web“ bezeichnet einen Teilbereich des Web 2.0 und meint alle „Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und deren Pflege, die Kommunikation und die kollaborative Zusammenarbeit in einem gesellschaftlichen oder gemeinschaftlichen Kontext unterstützen, sowie d[ie] Daten, die dabei entstehen und d[ie] Beziehungen zwischen Menschen, die diese Anwendungen nutzen.“ (Ebersbach et al. 2016: 32).

Perhaps it is no fluke that the camera is often spoken about as a tool for ‘shooting’ [...] – not in a violent erasing sense – but in a manner that confronts that surface which is opaque and blocking but also at once a gateway. [...] It perforates and lets in light, shows the depth and significance of layers [...].

Das Selfie verstehen zu wollen, bedeutet also mit seiner Komplexität zu rechnen: In jeder Fragestellung, die sich zum Selfie formulieren lässt, in jeder Untersuchungsmethode und jedem Forschungsergebnis eröffnen sich Einblicke in die Vielschichtigkeit der Selbstaufnahme. Dabei werden in gleichem Maße Fragen an die Strukturbedingungen aufgeworfen, unter denen sich Kommunikation und Ausdruck konstituieren, wie sich auch Konstellationen zwischen Körper und Umwelt, zwischen Selbst und Technik neu zur Disposition stellen. Je nachdem, welche Klassifizierung und ideengeschichtliche Einordnung man vornimmt, zeigt der Forschungsgegenstand verschiedene seiner vielen ineinandergreifenden Merkmale.

Das Selfie ist das Produkt einer Kamera – eine Fotografie – und es ist der Akt der Fotoaufnahme. Es ist selbstaufgenommen und auf ihm ist der:die Fotograf:in selbst abgebildet. Es kann aber auch etwas ganz anderes als den:die Fotografierenden abbilden und ob es selbstaufgenommen wurde, kann auch strittig sein. Es ist Kommunikation und Austausch. Es ist aber auch ungeteiltes Bild im Archiv. Es ist Spiegelbild und Selbstbild. Es ist Fremdbild und Idealbild. Es ist Porträt und Film und Text. Es wird als Ausdruck von Ermächtigung gelesen, aber auch zum Hinweis auf eine pathologische Selbstbezogenheit erklärt. Gleichzeitig ist es Vernetzung und Datenbefund sowie Inszenierung und nicht zuletzt Intimität. Es kommt in jeder nur denkbaren Situation zur Anwendung. „[P]eople 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 [...]”, zählen Senft und Baym (2015: 1590) auf – ohne dass die Liste damit vollständig wäre. (Abb. 1)

Dass die Selbstaufnahme weit verbreitet ist, bedeutet im Übrigen nicht, dass sie gesellschaftlich auch breit akzeptiert ist. Selfies sind zwar als Repräsentationsform in der Öffentlichkeit angekommen und Menschen müssen bei der Aufnahme nicht mehr erklären, was sie da eigentlich mit der Kamera vor ihrem Gesicht tun. Sie werden aber in anderer Hinsicht erklärungsbedürftig. So folgte beispielsweise auf das Selfie, das Obama, Thorning-Schmidt und Cameron 2013 bei der Gedenkfeier Mandelas aufnahmen, eine Debatte, die viral ging (Crace 2013; Huffington Post UK 2013;



*Abb. 1: Funeral Selfie: Helle Thorning-Schmidt, zu der Zeit amtierende Premierministerin Dänemarks, nimmt 2013 bei der Gedenkfeier zu Nelson Mandelas Tod gemeinsam mit dem damaligen US-Präsidenten Barack Obama und David Cameron, damaligem Premierminister Großbritanniens, ein Selfie auf. (<https://www.theguardian.com/world/shortcuts/2013/dec/11/obama-cameron-selfie-mandela-memorial>)*

Spiegel 2013). Die Ansichten darüber, ob zu diesem Anlass ein Selfie aufzunehmen pietätlos und Ausdruck von Respektlosigkeit sei oder im Gegenteil dem Verstorbenen damit besondere Wertschätzung entgegengebracht wird, gingen auseinander. Rasch entwickelte sich auch eine Diskussion der Frage, ob man denn selbst ein Selfie bei einer Beerdigung aufnehmen würde (BBC Newsbeat 2017). Zuweilen hängt die Akzeptanz der Selbstaufnahme aber auch weniger von Beurteilungen ihrer moralischen Angemessenheit, sondern von ganz praktischen Überlegungen ab. In Portofino zum Beispiel legten Tourist:innen, die sich zahlreich für Selfies an besonders malerischen Orten der italienischen Stadt aufhielten, wiederholt den Straßenverkehr lahm. Nun wird für ein Selfie ein Bußgeld von bis zu 275 Euro abgegolten (Grupe 2023). In vielen Museen etwa ist aus Sorge um eine Beschädigung der Kunstwerke die Mitnahme von Selfie-Sticks verboten. Sogenannte Instagram- oder Selfie-Museen, die weltweit entstehen und häufig auch als Pop-Ups in verschiedenen Städten gastieren, bauen hingegen ihr gesamtes Ausstellungskonzept auf Selfies – und auf den Wertschöpfungsketten der Plattformökonomien – auf. „Be a part of the Art“, heißt es zum Beispiel im *3D World Selfie Museum Dubai* und es gilt, die ausgestellten Kunstwerke

selbst zu vervollständigen – nicht mit Pinsel oder Farbe, sondern indem man Selfies mit ihnen aufnimmt und sie postet (First 3D Selfie Museum in Dubai: o.S.).

Um in der Komplexität Klarheit zu schaffen, geht es vielleicht zunächst darum festzustellen, dass sich ‚das Selfie‘ schlicht nicht definieren lässt, und zwar weder hinsichtlich dessen, was es ist, noch in Bezug darauf, wofür es steht. „Als Massenphänomen medialer Gegenwartskulturen zeigt sich die digitale Selbstfotografie in einer Varianz an Ausformungen, die jeden Versuch es in die Grenzen eines Genres hinein zu bestimmen, scheitern lässt.“ (Korte/Steimer 2022: 343) Dennoch müssen Forschende, um mit dem Gegenstand ihrer Untersuchungen sinnvoll arbeiten zu können, diesen ja in gewissem Maß auf bestimmte Parameter festlegen, bestimmte Klassifizierungen ein- und damit andere ausschließen.

So gerät das Selfie, wie Warfield (2014: 1) feststellt, Forschenden rasch zum Paradoxon. Denn die Definitionen verschiedener Denklinien unterscheiden sich nicht nur, mitunter stehen sie einander auf der Suche nach Einigung regelrecht entgegen. Eine Verständigung darüber, in Bezug auf welche Einordnungen und Theorietraditionen sich das Selfie extrapolieren lassen sollte, wird dann zum Vexierspiel:

If it [the selfie, Anm. d. Verf.] comprises multiple technologies of self-reflection, then from what ontological standpoint do we address it? If it's a camera, then do we address it from the standpoint of photographic theory or art history? If it is a mirror, then do we address it from the standpoint of perception, cognition, or perhaps Lacanian psychoanalytic theory? If it is a stage or a billboard then perhaps it is a communicative text...and thus we hear the pitter patter of the excited feet of scholars from media, communication, cultural studies, theatre or film studies. (ebd.)

## 2. Fokus

Der Kunsthistoriker Hall (2016: 7, Herv.i.O.) etwa konstatiert, dass mit Selfies Selbstporträts zu „*dem* bildlichen Genre unseres bekenntnishaften Zeitalters“ avanciert sind. Er stellt fest: „Längst haben sie [Selbstporträts, Anm. d. Verf.] Kirche, Palast, Atelier, Akademie, Museum und Galerie, haben sie Sockel und Rahmen hinter sich gelassen.“ (ebd.) Paradoxerweise bezieht er sich mit dieser Definition gleichzeitig auf exakt denselben

Bezugspunkt, der auch die Ablehnung einer bildhistorischen Einordnung in die Denklinie des Porträts begründet. „Strictly speaking, any practice prior to 2000 should not be called ‚selfie.‘“ bemerkt – ebenfalls vor einem kunst- und auch kulturhistorischen Hintergrund – Gunthert (2018: 32) und bezieht sich damit auf die Digitaltechnologie, mit der die Gestaltung und Publikation des Blicks auf sich im Selfie so niederschwellig möglich geworden ist. Tatsächlich lesen sich Ausdrücke, in welche sich die Beschreibung der Selfie-Produktion allgemein kleidet, irritierend, wenn sie sich nicht auf die „mit dem Smartphone vernetzte, digitale Kamera“ (Schreiber/Götzenbrucker 2018: 29) beziehen, deren standardisierte Implementierung – insbesondere die der Frontfacing-Kamera – erst mit der Jahrtausendwende erfolgte (Sony Ericsson’s Z1010 im Jahr 2003, und Apple’s iPhone im Jahr 2010) (Eckel et al. 2018: 5). *Self-Shooting/Selfie-Taking*, i.e. ein Bild von sich selbst aufnehmen, den Auslöser betätigen, *Posten*, i.e. es hochladen, via Social Web mit anderen teilen – es ist gänzlich unklar, wovon die Rede ist, wenn man beispielsweise sagte, Albrecht Dürer nahm sein Selbstporträt auf und lud es hoch oder Bak, Bildhauer am Hof des Pharaos Echnaton, betätigte den Auslöser für seine Skulptur und teilte sie<sup>2</sup>. (Abb. 2) Und dennoch, das Selfie zur Gänze unter die Verbildlichungstechnik zu subsumieren, mittels derer es aufgenommen, gestaltet und verteilt wird, hieße auch die Bedeutungszusammenhänge auszublenden, in Bezug auf die sich Menschen erst für ihr eigenes Selfie und für die Selfies anderer zu interessieren beginnen.

Um das und mehr zu verstehen, muss man neben den „multimodale[n] Online-Kontexte[n] und d[en] damit verbundenen vielfältigen Praktiken und Dynamiken der Zirkulation, des

---

2 Anders als oft konstatiert nimmt die Geschichte des Selbstporträts ihren Ausgang nicht erst in der Renaissance, sondern geht zurück bis in das antike Ägypten: „Es ist ein Gemeinplatz, dass um ca. 1500 der Individualismus geboren ist und Kristallspiegel von guter Qualität erfunden wurden, womit die Menschen sich erstmals klar und deutlich selbst sehen konnten. Aus diesem veritablen kulturellen Wirbel, so glaubt man, resultiere der unwiderstehliche Aufstieg des Selbstporträts.“ (Hall 2016: 8) Zwar erwuchs, wie Hall (ebd.: 8f) weiter bemerkt, gerade in den 1490ern ein gesteigertes Interesse an Persönlichkeit und Stil einzelner Künstler:innen. Jedoch dürfe dies nicht den Blick darauf verstellen, was dem im Mittelalter und sogar in der Antike vorausging – das früheste bekannte Selbstporträt stamme bereits von Bak, Bildhauer am Hof des Pharaos Echnaton: „Auf einer Quarzit-Stele zeigt Bak sich selbst als erfolgreiche, hochgestellte Persönlichkeit und als Familienmensch. Er steht aufrecht neben seiner Frau Taheri in einer schmalen Nische. Sie trägt – ganz konventionell – eine Perücke und ein figurbetontes langes Kleid. Bak trägt ein höfisches Gewand, das den Blick auf den stattlich gerundeten Bauch eines Wohlhabenden freigibt.“ (ebd.: 13)



Abb. 2: Erfolgreich, hochgestellt, familienverbunden: Bak, Bildhauer am Hof des Pharaos Echnaton, mit seiner Frau Taheri (Hall, James (2016): *Das gemalte Ich. Die Geschichte des Selbstporträts.* Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft)

Remixens und der Manipulation““ (Brantner et al. 2020: 11) auch den Blick des Selbst auf sich ex ante seiner digitaltechnologischen Grundlegung einbeziehen, seine soziokulturelle Bedeutung und Einbettung sowie seine vielfältigen Definitionen. Worin genau besteht zum Beispiel der Reiz, wenn man sich beim Blick in das eigene Gesicht über Face Filter vermittelt mit einem falten- wie porenlosen Hautbild entgegenschaut? Warum das Aussehen des eigenen gealterten zukünftigen Ichs erproben oder des Ichs jenseits festgesetzter Geschlechteridentitäten? Was ist am Blick auf sich reizvoll, bei dem man dort, wo man die eigene Nase oder Ohren sehen sollte, zum Beispiel eine informatisch ergänzte Hundeschnauze oder Katzenohren betrachtet (Steimer 2023)? In der Bezugnahme auf das Genre des Selbstporträts, das sich mit „Konzepte[n] wie ‚Innerlichkeit‘ und ‚Subjektivität‘“ oder allgemeiner: mit „Vorstellungen über das Selbst“ (Hall 2016: 11) auseinandersetzt, lassen sich Impulse dazu finden.

Die Unterschiede und Besonderheiten, die mit verschiedenen Verbildlichungstechniken einhergehen, gilt es natürlich trotzdem im Blick zu behalten. Wie Ullrich (2019: 6) präzisiert, bedeutet ein Selfie aufzunehmen durchaus noch einmal etwas anderes als „nur ein Bild von sich selbst – ein Selbstporträt – zu machen.“ Er argumentiert:

Ein Selfie zu machen heißt, ein Bild von sich zu machen, auf dem man sich selbst zum Bild gemacht hat. Ein Selfie ist also eigentlich ein Bild von einem Bild. (Ullrich 2019: 6)

Mitunter steht allerdings der Anteil, den das Selbst bei der Aufnahme des Bildes hat, allgemein zur Disposition. Denn nicht immer ist klar erkennbar, ob ein Selfie überhaupt selbstaufgenommen wurde. Und manchmal ist das zu klären auch nicht zwingend erforderlich, wenn zum Beispiel der Fokus anstatt auf dem Bild mehr auf der angezielten Kommunikation liegt.

Als selbstaufgenommen weisen sich Selfies üblicherweise durch einen Aufnahmewinkel aus, der auf die Reichweite der Armlänge der fotografierten Person begrenzt ist. Dieser zeigt an, dass der:die Fotografierte selbst die Kamera hält und Fotograf:in des Bildes ist (Eckel et al. 2018; Frosh 2015). Dabei können zum Beispiel Selfie-Sticks durchaus als Verlängerung des zum Halten der Kamera ausgestreckten Arms fungieren: Das so erzeugte Bild ist dennoch als Selbstfotografie erkennbar, indem es nach wie vor eine direkte Verbindung zum Körper des:der Fotografierten aufweist. Die Geste des ausgestreckten Arms schlägt sich im Bild nieder und erlaubt es, dieses als eine Aufnahme zu erschließen, die durch die abgebildete Person selbst

geschossen wurde: ein Selfie – „rather than just a photograph of, say, a face“ (Frosh 2015: 1608ff). Oder, mit Ullrich (2019: 6) gesprochen, „ein Bild von einem Bild“.

Dass die Beurteilung einer Aufnahme als selbstaufgenommen nicht immer möglich ist, kann verschiedene Gründe haben. Manchmal zeigen Selfies gar keine Person, deren Rolle als Fotograf:in des Bildes dann zur Disposition stehen würde. Es werden unter dem Hashtag ‚Selfie‘ beispielsweise auf Instagram auch Bildmotive gezeigt, die stattdessen etwa Landschaften abbilden (Korte/Steimer 2022: 341ff). (Natürlich kann man hier trotzdem danach fragen, ob das Bild selbstaufgenommen ist. Aber interessanter wäre wahrscheinlich die Frage, was die Bildmotive mit dem Selbst des Menschen zu tun haben, der sie textuell als Selfies gekennzeichnet hat.)



Abb. 3: Die Selbstaufnahme aus der Hand geben im Drohnie

Hingegen bilden zum Beispiel Selfies, die mithilfe von Multicoptern aufgenommen werden, das Selbst zwar körperlich ab. Ob man bei den sogenannten Drohnies – ein Portmanteau gebildet aus Drohne und Selfies – aber tatsächlich noch davon sprechen kann, dass sie von dem Menschen, den sie abbilden, selbstaufgenommen werden, ist unklar. Die Bilder weisen weder den auf Armlänge begrenzten Aufnahmewinkel noch die markante Armhaltung auf, die das Halten der Kamera anzeigen würden: Durch Entwicklungen aus Robotik und Sensorik lassen sich die Aufnahmen zunehmend automatisiert und unabhängig von der (Fern-)Steuerung durch den

Menschen erzeugen (Abb. 3). Technologien wie diese, stellen Gerling et al. (2018: 9) fest,

[entkoppeln] auf je verschiedene Weise Auge, Hand und Kamera [...] und [erfassen bzw. tasten] Umgebungen autonom visuell [...] ab[.]. Das heißt, nicht Fotograf:innen manipulieren die Situation der Aufnahme, in der sie sich befinden, und wählen spontan oder selbstreflexiv einen bestimmten Moment dafür, sondern die Situation wird zum Ausgangspunkt einer automatisierten Aufnahme, die sie einschließt.

Die so entstehenden Bilder sind also nicht nur von der eigenen begrenzten Perspektive des Selbst auf sich losgelöst – sondern von einem dem menschlichen Auge möglichen Blick überhaupt. Für den Zugewinn an Tempo, Schärfe und Winkelvielfalt muss jedoch Kontrolle über den Auslöser der Kamera abgegeben werden. Und damit entfällt ein Merkmal, das etwa Eckel et al. (2018: 4) im Anschluss an Frosh' (2015) Definition des Selfies als gestisches Bild gerade für notwendig erachten, damit eine Fotografie als Selfie bestimmt werden kann.<sup>3</sup>

Daneben dass der Mensch gar nicht abgebildet wird oder die Aufnahme vollständig automatisiert durch Technik erfolgt, gibt es auch Selfies, bei denen der Auslöser zur Bildaufnahme durch eine andere Person betätigt wird. Auf den ersten Blick klingt das paradox – und damit, wie Warfield (2014: 1) dargelegt hat, womöglich gar nicht so abwegig. Solche Bilder kategorial aus dem Selfie-Begriff auszuschließen, würde zwar helfen, das Phänomen einzugrenzen. Die so gewonnene Definitionsschärfe ginge jedoch auf Kosten der Abbildung des tatsächlichen Variationsreichtums innerhalb des komplexen Massenphänomens. So wäre zum Beispiel der Blick auf Selfies verstellt, die – ungeachtet dessen, dass sie gemäß einer engen Selfie-Definition, die nur selbstaufgenommene Bilder zulässt, gar keine Selfies sind – in den Social Media vielfach in sogenannten „Selfie-Protesten“ eingesetzt werden (Schankweiler 2020). Ähnlich analogen Protestformen halten die Protestierenden, Betroffene von Unrecht und sich mit ihnen Solidarisierende, auf den Bildern mit beiden Händen Schilder und Plakate. Sie kommen also für das Halten der Kamera zum Betätigen des Auslösers nicht infrage. „Ein gemeinsam verwendetes Hashtag“, so Lobinger (2016: 44), „bündelt [...] die

---

3 Auch Gerling et al. betonen im Kontext der Veränderungen, die automatisierte digitale Verbildlichungstechnologien für die Fotografie bewirken, die Geste. Einen Begriff des Medienphilosophen Flusser (1994: 100ff) aufgreifend, postulieren sie, dass es zu einem „Erodieren der Geste des Fotografierens“ (Gerling et al. 2018: 9) komme, wodurch die Bedeutung des Menschen als Subjekt der Bildaufnahme fragwürdig wird.

individuellen Äußerungen [...] und unterstreicht die gemeinsame Vision [...].“ Entscheidend dafür, die Bilder dennoch als Selfies zu verstehen, sei, so Schankweiler (2020: 183), dass die Protestierenden sie „selbst [...] posten, [sie] in der eigenen digitalen Kommunikation ein[]setzen“. Wichtiger als das Selfie selbst aufzunehmen, ist also wozu es anschließend gebraucht wird.

In diesem Fokus auf die angezielte vernetzte Kommunikation liegt auch die Erschließung des Selfies als Ausdruck von Ermächtigung nicht allzu fern.

In seiner politischen Bedeutung bezeichnet der Begriff ‚Ermächtigung‘ (‚Empowerment‘) die Stärkung einer Gruppe oder Person, die strukturelle Diskriminierung erfährt. Die Begriffsbedeutung geht maßgeblich auf die antirassistische Bürgerrechtsbewegung ab den späten 1950ern in den USA zurück, bei der Schwarze Personen gegen Ausschluss und Unterdrückung und für Gleichstellung kämpften. Von struktureller Diskriminierung und Hass-Ideologien betroffene Menschen waren es auch, betont zum Beispiel Maddox (2018: 30f.), die Selfies als Medienphänomen haben groß werden lassen:

[T]he initial adopters of the selfie movement, and those who gave the practice popularity, were Others. These Others are considered to be women, racial minorities, individuals who are queer or transgender, individuals with disabilities, etc.

Diese Zuordnungen sind gesellschaftlich eng mit verschiedenen Legitimationsschemata sozialer Ausschluss- und Ungleichheitsstrukturen verknüpft. Ermächtigung im Selfie bedeutet dann, mit der eigenen – visuellen – Stimme Einspruch gegen die strukturelle Diskriminierung zu erheben (Lobinger 2016: 51).

Ermächtigende Selfies gibt es nicht ausschließlich im Kontext von Protesten, die ihren Ausgang jeweils an bestimmten aktuellen Vorkommnissen nehmen. Auch dem alltäglichen Gebrauch von Selfies in den Händen derer, deren Repräsentation sich sonst diskriminierend in der Zuschreibung ‚Anderer‘ erschöpft, wird ein Ermächtigungspotenzial zugesprochen. Im Fokus steht dabei, dass es der *eigene* Blick auf sich sein soll, der mit einem Griff in die Hosentasche zum Smartphone, einer Internetverbindung und einem Account bei einem der Online-Dienstleister:innen des Social Web verbildlicht und öffentlich gemacht werden kann (Walker Rettberg 2014:

87). Vernetzung und Kommunikation sind dem ermächtigenden Selfie also grundlegend inhärent.

Anders als im Protest-Selfie wird die Ermächtigung bei alltäglichen Selfies häufig daran festgemacht, dass das Bild die Geste abbildet, die es als selbstaufgenommen kennzeichnet. Das ermächtigende Selfie soll ja nicht nur, wie andere Bilder, ein Objekt der Repräsentation abbilden – also etwas abbilden, über das, zum Beispiel auch indem man es fotografiert, verfügt wird. Stattdessen soll es vor allem ein Subjekt zeigen, das selbst Deutungsmacht über sich ausübt, sich also selbst fotografiert. „[S]ee me showing you me“, hat Frosh (2015: 1610) diese visuell kommunizierte Deutungsmacht auf eine Formel gebracht. Und Gunthert (2018: 43) konstatiert: „There are those who look at and those who are looked at.“ Und fährt fort: „[T]he answer of the selfie is that, from now on, it is the user who decides how to write the relationship [...]“ (ebd.).

Wie Barnard (2016: 63) herausarbeitet, zeigen allerdings viele Bilder, die zum Beispiel im Kontext einer feministischen Ermächtigung veröffentlicht werden, auch Rückbestätigungen hegemonialer Repräsentationskonventionen. Die Gründe für die sich auch online fortsetzende Persistenz des *male gaze* (Mulvey 1975) können vielfältig sein. So reproduzieren zum Beispiel Filteranwendungen zur Bildbearbeitung nicht selten geschlechterbinäre heteronormative Vorstellungen von Schönheit. Einige der vielen im Gesicht abbildbaren Weiblichkeitsstereotype können sein: die Wangen rosig, die Augen glänzend, die Haut poren- und faltenfrei, Blumen oder Glitzer umrahmen das Gesicht. Dem Genre demnach das *Potenzial* zur Ermächtigung abzusprechen, ist aber weder zutreffend noch förderlich, um das Massenphänomen – sowie feministische Ermächtigung – differenziert und umfassend zu erschließen (Lobinger 2016: 55).

Obwohl sie es nicht müssen, um als Selfies zu gelten, können auch Protest-Selfies Selbstaufnahmen sein. Wie Schankweiler und Straub (2023: 101) feststellen, wurden die fotografischen Protestschild-Inszenierungen inzwischen weitgehend von Video-Selfies abgelöst. Die veränderte Verbildlichungstechnik schlägt sich auch auf die Kommunikationsstrategien nieder, mit denen Protestierende die Sichtbarmachung und eine Solidarisierung mit den Betroffenen des Unrechts anzielen, gegen das protestiert wird (Schankweiler 2020: 189). Die Selfie-Proteste etwa, die sich kurz nach dem Tod von Mahsa Amini im Iran im Jahr 2022 gegen das Mullah-Regime formten, zeigen Menschen weltweit beim Abschneiden ihrer Haare (Schankweiler/Straub 2023: 99ff). (Abb.4) Eine Geste, die zuvor bereits bei Straßenprotesten von Iranerinnen verwendet wurde und die, wie Schank-

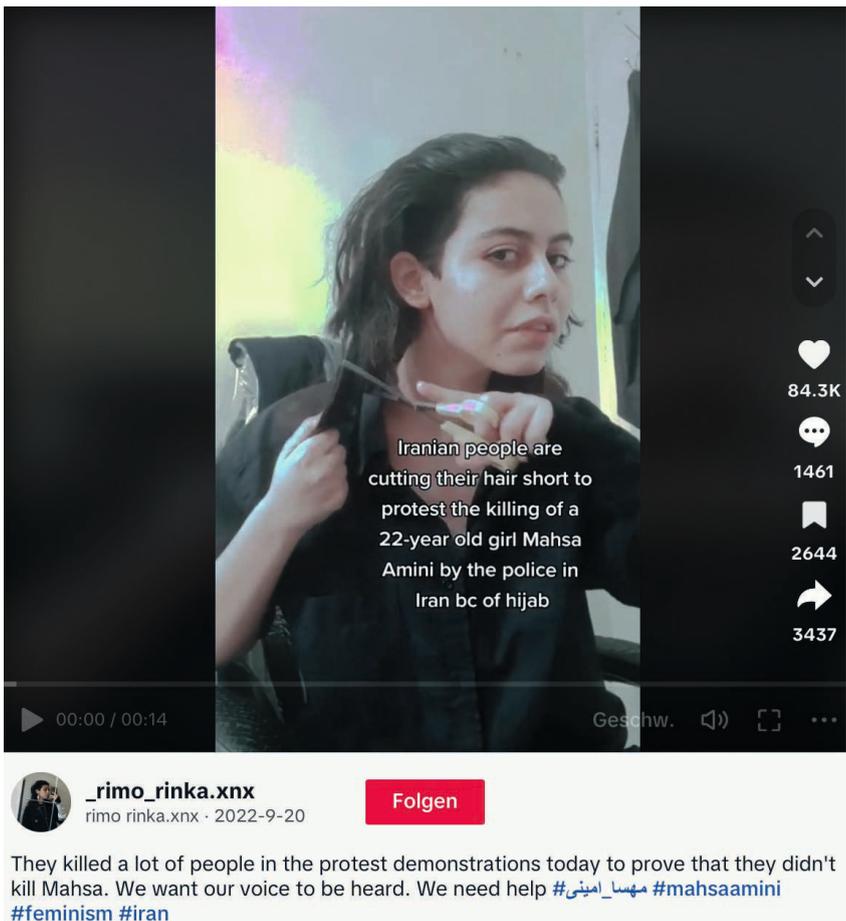


Abb. 4: Iranische Protest-Geste ‚Haareabschneiden‘: feministische Ermächtigung im Video-Selfie (@\_rimo\_rinka.xnx auf TikTok)

weiler und Straub (ebd.: 99) im Anschluss an Safaian (2023) ausführen, in zweifacher Weise Ausdruck von Protest ist: Zum einen kommt dem Abschneiden der Haare in der Tradition der persischen Kultur die Bedeutung zu Trauer auszudrücken – Menschen zu betrauern, die sich dem Regime widersetzt haben, wird von dem Regime aber meist nicht zugelassen. Zum anderen ist es Frauen verboten öffentlich ihr Haar zu zeigen – was sie im Zuge des Abschneidens dennoch tun. Die Verbildlichungstechnik der Videoaufnahme über die Frontfacing-Kamera ermöglicht jetzt gleichsam ‚freihändige‘ Selbstaufnahmen – die Bewegtbilder müssten sich also sogar

in eine enge Selfie-Definition integrieren lassen. Vor allem aber bedeuten sie, dass den protestierenden Menschen „mehr Möglichkeiten der körperlichen Performance“ zur Verfügung stehen (Schankweiler/Straub 2023: 101). In den Video-Selfies agieren die Menschen

vor dem Screen des Mobiltelefons wie vor einem Spiegel. Mit ernstem, traurigem oder wütendem Gesichtsausdruck werden die Schnitte energisch und mit großer Entschlossenheit gesetzt. Viele halten danach die abgeschnittenen Haarbüschel demonstrativ in die Kamera. (ebd. 99)

Die Bewegtbilder werden zudem mit Musik unterlegt, wobei viele Videos auch Ausschnitte desselben Songs nutzen, die dann „als ‚lip sync‘ perform[ed]“ werden (ebd. 101). Nicht nur werden so die Video-Selfies zusätzlich gebündelt, wie im Hashtag, mittels dessen sich „die gemeinsame Vision [unterstreichen lässt]“, welche „die individuellen Äußerungen“ eint (Lobinger 2016: 44). Darüber hinaus verstärkt sich die emotionale Affizierung, aus der die Ermächtigung der vom Unrecht unmittelbar Betroffenen und eine Solidarisierung mit ihnen folgen soll (Schankweiler/Straub 2023: 101). Dieser Aufforderung kamen nicht nur online weltweit Menschen nach, sondern auch in vielfältigen Öffentlichkeiten offline – wie zum Beispiel im Europäischen Parlament, wo sich bei einer Rede die Abgeordnete Abir Al-Sahlani die Haare abschnitt. Ein Bild, das auch online viral ging (ebd.). Denn wie bei allem Medienhandeln im Zeitalter der Digitalität greifen auch bei Selfies ‚online‘ und ‚offline‘ ineinander, wodurch eine kategoriale Unterscheidung beider zum Beispiel in Bezug auf den Öffentlichkeitsbegriff zunehmend hinfällig wird.

Mit dem Fokus auf das Ermächtigungspotenzial durch Selfies rückt häufig gleichzeitig eine Kritik an der geballten Konzentration auf den Blick auf sich in den Vordergrund. „[D]iscourses about the cultural meaning of selfies have tended to extremes“, stellen Senft und Baym (2015: 1589) fest.

In der Kritik wird dem Subjekt, das (über) die eigene Darstellung verfügt, eine pathologische Selbstbezogenheit beschieden. Die Ermächtigung, die in der Aussage des Selfies „This is in fact how I look, and this is how one should understand me“ (Maddox 2018: 32) liegen kann, wird zu einem krankhaften Ausblenden der Umwelt umgedeutet. (Abb. 5) Das Deutungsmacht anmeldende Subjekt wird als ein Narziss beschrieben, der nur noch Augen für das Bild hat, das ihm – wie die reflektierende Wasseroberfläche – auf dem Screen sich selbst zeigt. So wie der Protagonist des griechischen Mythos bis zur tödlichen Selbstauszehrung am Wasserufer sitzen blieb,

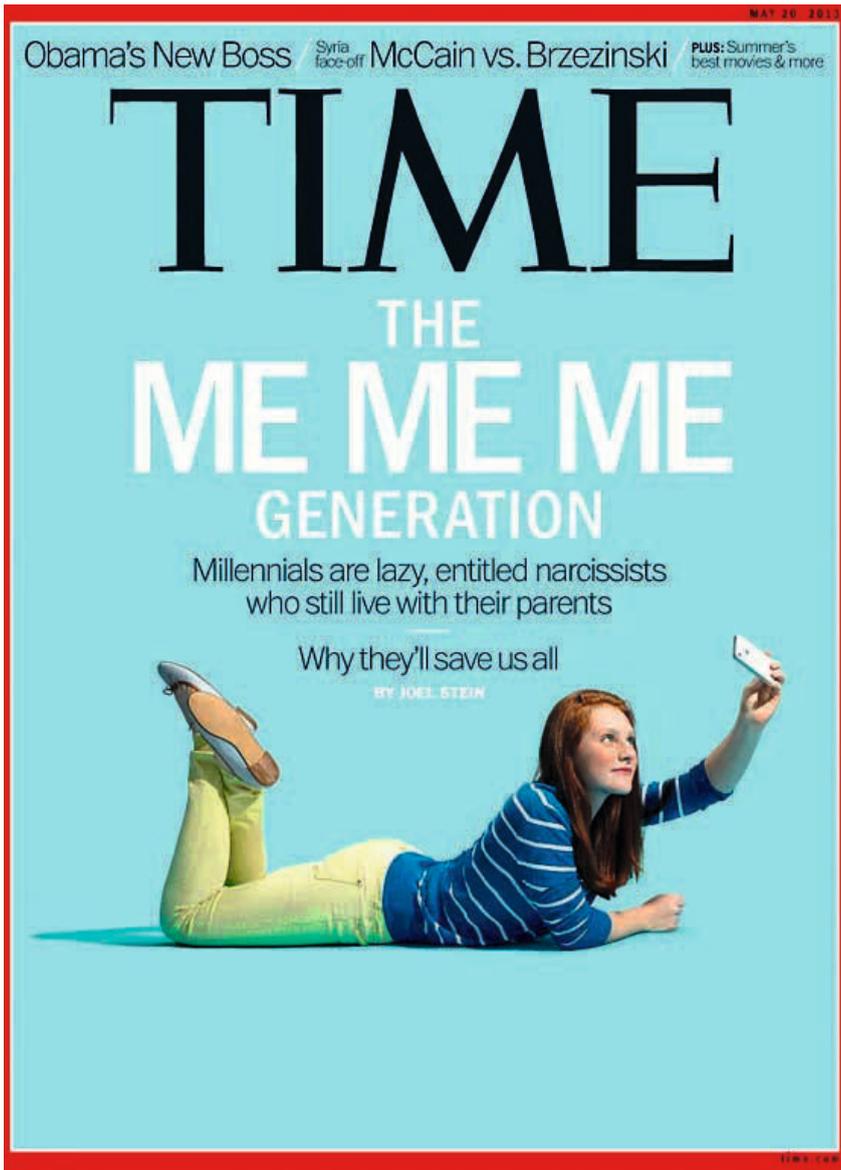


Abb. 5: Das ikonische Time-Cover aus dem Jahr, in dem ‚Selfie‘ durch das Oxford Dictionary zum Word of the Year gekürt wurde, thematisiert beides: Ermächtigung – verstanden als ein sozialer Wandel, der letztlich allen zugutekommt – und pathologische Selbstbezogenheit (<https://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>)

wird auch im kontinuierlichen Blick des Selbst auf sich im Selfie eine Gefahr für Leib und Leben ausgemacht.

Um im Bild der Gefahr im Kontext ‚Wasser‘ zu bleiben: Im Jahr 2015 berichteten Zeitungen zum Beispiel zahlreich darüber, dass die Gefahr durch einen Haiangriff zu sterben inzwischen geringer sei als bei der Aufnahme eines Selfies ums Leben zu kommen (etwa sueddeutsche.de (2015); Prophet (2015)). Die differenzierte Einordnung der zugrundeliegenden Statistiken geriet im Verhältnis zu Schlagzeilen wie „Es sterben mehr Menschen bei Selfies als durch Haie“ und „So gefährlich sind Selfies“ (ebd.) eher aus dem Fokus, was im Hinblick auf ‚den Hai‘ als etabliertes mediales Symbol für Angst wenig überraschend ist (Ehrensberger/Paganini 2023). Tatsächlich ereignen sich im Zuge von Selfie-Aufnahmen immer wieder, bisweilen auch tödliche, Unglücke. Menschen posen für Selfies zu nah am Abgrund, dessen Höhenpanorama sie zur Selbstaufnahme anregt; verweilen zu lang auf Bahngleisen; missachten den gebotenen Abstand zu sogenannten Wildtieren.

Abgesehen davon, dass es sich dabei eher um Einzelfälle handelt, wird die – vermeintliche – Besorgtheit um das Wohl derer, die Selfies aufnehmen, aber auch dadurch fragwürdig, dass sich bislang keine reliablen Kausalzusammenhänge zwischen Selfies und der Ausbildung einer pathologischen Selbstbeziehung, einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung belegen ließen (Bauer 2016; Senft/Baym 2015: 1590).

Interessant ist, dass in der Kritik üblicherweise eine Differenzierung zwischen verschiedenen Verwendungsweisen des psychiatrischen Begriffs ‚Narzissmus‘ zu kurz kommt. Wie Bauer (2016: 74) in seiner Auseinandersetzung mit Untersuchungen zu Narzissmus und Selfies darlegt, „[kursieren allgemein] in der Debatte, ob die Social Media den Narzissmus fördern, unterschiedliche Bedeutungsweisen von Narzissmus“. Statt Differenzierungen kommen sogenannte Moralpaniken zum Tragen (Senft und Baym 2015: 1592; Cohen 2002) oder Variationen derselben wie die Medienpanik (Buckingham/Strandgaard Jensen 2012) oder die digitale Hysterie (Paganini/Steimer 2023).

Ganz allgemein müsste aber zum Beispiel zunächst zwischen einem entwicklungspsychologisch gesunden Narzissmus und einem pathologischen Narzissmus unterschieden werden: Etwa braucht „[d]ie gesunde Selbstwert-Regulation des Heranwachsenden und des Erwachsenen [...] die Fantasien der eigenen Grandiosität und deren Widerspiegelung, um sich entfalten zu können“ (Frick 2009: 217). Das „pathologische Größenselbst“ ist dabei allerdings unfähig, auch

mit Erfahrungen von Frustration und Begrenzung umzugehen. Diese können nicht für die Gestaltung von Beziehungen ausgewertet werden, sondern rufen Wut, Rückzug und massive Entwertung Anderer hervor. (ebd.)

Differenzierungen wie diese fallen nicht nur im öffentlichen Diskurs oft zu kurz aus. Wie Bauer (2016: 86) herausarbeitet, verwenden mitunter auch Forschende in ihren Studienauswertungen zum nicht-pathologischen Narzissmus – beispielsweise Fox/Rooney (2015) – eine pathologiebasierte Sprache.

Gerade im Hinblick darauf, dass Selfies vor allem durch von struktureller Diskriminierung und Hass-Ideologien betroffene Menschen bekannt gemacht wurden, ist es also angebracht, dass Selfie-Forschung sich selbst kritisch in den Fokus rückt und auf epistemische Gewalt hin reflektiert (Maddox 2018; Burns 2015; Senft/Baym 2015). Im Anschluss an Foucaults Herausarbeitung der Verschränkungen von Wissen und Macht nimmt zum Beispiel Burns (2015) die Produktion von Wissen über Selfies und sich darin zeigenden Gewaltverhältnissen in den Blick. Sie stellt fest:

The knowledge discursively produced in relation to selfie taking supports patriarchal authority and maintains gendered power relations by perpetuating negative feminine stereotypes that legitimize the discipline of women's behaviors and identities. [...] Once the selfie is established as connoting narcissism and vanity, it perpetuates a vicious circle in which women are vain because they take selfies, and selfies connote vanity because women take them (Burns 2015: 1716ff)

In Bezug auf andere ‚Andere‘ wäre dann vielleicht nicht ‚Eitelkeit‘ der Dreh- und Angelpunkt der Pathologisierung, sondern eine andere Zuschreibung, wobei sich eine Person auch mit mehreren Zuschreibungen gleichzeitig konfrontiert sehen kann, wenn sie aufgrund mehrerer Zuordnungen in den Legitimationsschemata von Ausschluss und Ungleichheit mehrfach gleichzeitig diskriminiert wird.

Die jeweiligen Verknüpfungen zwischen Zuordnung und pathologisierender Zuschreibung bleiben dabei über die Zeit relativ stabil.

Zum Beispiel gab es Pathologisierungen des Blicks von Frauen auf sich als eitel schon zu Zeiten der Renaissance – der „schwindelerregenden Dekade“ des Selbstporträts, in der, bemerkt Hall (2016: 75), „[d]ie Idee des Künstlers als kultureller Heldengestalt [...] mit dem Mythos des Wunderkinds ver[schmolz]“. Wie Gspandl (2015: 49) feststellt, wurde damals

der Gebrauch von Taschenspiegeln durch Frauen in der Öffentlichkeit zu einem Ausdruck fehlenden moralischen Urteilsvermögens erklärt. Noch über 400 Jahre bevor die Frontfacing-Kamera in das Smartphone und damit der Blick des Selbst auf sich in den digitalen Medienalltag implementiert werden würde, befand der Moralist Jean Des Caurres über den öffentlich ausagierten Blick von Frauen auf sich wie folgt:

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 [...]. (Des Caurres 1584, zit. n. Gspandl 2015: 49)

Ebenso wie die Eitelkeit den Blick auf sich bedeutungs- und wertlos werden lassen soll, indem sie ihn in der Einbildung auf Belanglosigkeiten verweilen lässt, soll der Mangel an Scham beim öffentlichen Spiegelblick auf das trügerische Wesen irreführter Frauen schließen lassen. Man könnte nun vorbringen, dass sich Frauen mit ihren Selfies in bester Gesellschaft befinden – nicht des Teufels, sondern des Bewohners der ersten Adresse am Platz, wenn es darum geht, eben diesem zu entsagen. Im Jahr 2013 wurde ‚Selfie‘ durch das *Oxford Dictionary* zum *Word of the Year* gekürt, durch die Jury mit dem Hinweis begründet: „If it is good enough for the Obamas or The Pope, then it is good enough for Word of the Year“ (Memmott 2013: o.S.). Und tatsächlich sieht man Papst Franziskus zahlreich auf Selfies, die Gläubige mit ihm aufnehmen. Eine innerhalb traditioneller Repräsentationskonventionen etablierte Autorität wie zum Beispiel ein Kirchenoberhaupt sollte aber nicht als Legitimation für die Selbstrepräsentation im Selfie fungieren. Wie Maddox (2018: 30) herausarbeitet, ist nicht das Medium ‚Selfie‘ selbst Gegenstand der pathologisierenden Kritik, sondern der mit ihm angezielte soziale Wandel. Eine im Selfie mögliche Ermächtigung soll abgewehrt werden und anstatt einer Anpassung daran, dass Privilegien und Repräsentationsordnungen neu zur Disposition stehen, wertet man ab, was eine Einschränkung der eigenen Macht bedeuten würde. Um Selfies ihrer Pathologisierung zu entkleiden, müssen also die als ‚Andere‘ Diskriminierten in ihrer Berechtigung, selbst Deutungsmacht über sich auszuüben, in den Vordergrund gestellt werden.

Allgemein lässt sich festhalten, dass sich bei allem Einordnen und Eingrenzen des Forschungsgegenstands all die ineinandergreifenden, vielen Merkmale des Selfies auf die ein oder andere Weise auf dasselbe beziehen: auf das Selbst. Damit wird das Vexierspiel noch einmal maßgeblicher als

es Warfield (2014: 1) konstatiert hat, zu einem Grundmodus der Selfie-Forschung. Denn die Bezüge zwischen Kommunikation, Technik, Körper, Bild und Umwelt fügen sich wie gezeigt durchaus derart zusammen, dass sie gemeinsam – wenn auch oft paradox – einen Ausdruck bilden, den man wiedererkennen und zur Diskussion stellen kann. Doch selbst wenn sich alle zum Selfie forschenden Fachbereiche in allen Merkmalen und schließlich im Ganzen auf eine Definition ihres Gegenstands einigen würden, würde sich das Selbst im Blick doch einer Festsetzung versperren. Es muss, wie Frosh (2015: 1621) bemerkt, auch oder gerade wenn es sich zeigt, unbestimmt bleiben, um Selbst zu sein:

[Selfies r]eveal[] the very instability of the term ‘self’ as a deictic shifter, fluctuating between the self as an image and as a body, as a constructed effect of representation and as an object and agent of representation.

Einer Übersichtlichkeit des Forschungsgegenstands steht also dieser Gegenstand fundamental selbst im Weg. Es gilt, ihn dort auszuhalten.

### 3. Weitwinkel

Die Konfrontation mit der herausfordernden Vielschichtigkeit des Selfies erzeugte unter Forschenden rasch einen Bedarf an Vernetzung und Zusammenschau der zum Selfie arbeitenden Fächerperspektiven. Medienwissenschaften und Fotografieforschung, Philosophie, Soziologie und Ethik, Kommunikationswissenschaften, Journalismus, Religionspädagogik, Kunst, Psychologie und viele weitere untersuchen jeweils und gemeinsam den Gegenstand ‚Selfie‘. Dabei nahm die wissenschaftliche – und öffentliche – Aufmerksamkeit auf die digitale Selbstaufnahme erst gute elf Jahre nach der Begriffstaupe durch den feierlustigen Australier ihren Anfang. Mit der OED-Kür im Jahr 2013 begannen vermehrt Publikationen zum Selfie zu erscheinen. Der Vernetzungsbedarf schlug sich dabei zum Beispiel in Sonderheften wie das des Journals *Social Media + Society* (Warfield et al. 2016) oder des *International Journal of Communication* (Senft/Baym 2015) nieder, ebenso in Sammelbänden wie „Exploring the Selfie“ (Eckel et al. 2018), „Selfie – I like it“ (Gojny et al. 2016) oder „Ego Update“ (Bieber 2015). Schließlich wurde ein internationales Selfie-Forschungsnetzwerk gegründet, das Publikationen, Projekte und andere Forschungsressourcen zusammenbringt (selfieresearchers.com) und über eine 2014 gegründete

Facebook- respektive Meta-Gruppe den Austausch zwischen den Mitgliedern unterstützt (facebook/TheSelfiesResearchNetwork).

Auch der vorliegende Sammelband ist das Ergebnis interdisziplinärer Netzwerkarbeit: Entstanden im Nachgang des ersten Workshops des Selfie-Forschungsnetzwerks im deutschsprachigen Raum (zemdg/selfie-forschungsnetzwerk) versammelt er Fragestellungen, Methoden und Ergebnisse der Selfie-Forschung verschiedener Fachdisziplinen. Gleichzeitig bildet er fächerübergreifend dominante Bezüge zum Forschungsgegenstand ab, wobei daraus im Wesentlichen vier Themenbereiche entstanden sind, denen sich je eine leitende Fragestellung zuordnen lässt:

- Themenbereich Corpusbildung: Wie vollzieht sich das Selfie?
- Themenbereich Identität: Wen bildet das Selfie?
- Themenbereich Ideengeschichte: Woher kommt das Selfie?
- Themenbereich Partizipation: Was verändert das Selfie?

Genauso wenig wie es das Anliegen des vorliegenden Sammelbandes ist, das Forschungsfeld gleichsam mit nach Fachdisziplinen sortierten Demarkationslinien zu durchziehen, sollen mit dieser Strukturierung unterscheidbare und isoliert voneinander untersuchbare Bezugsrahmen des Selfies behauptet werden. Die Grenzen zwischen den Themenbereichen sind fließend, die mit ihnen verbundenen Fragestellungen in- und miteinander verschränkt.

Der Band schließt stattdessen an eine Annahme an, die sich innerhalb der Forschung bestätigt: dass nämlich die Komplexität des Selfies nur mit einer breit aufgestellten – oder genauer, in der Weite aus Fächerdisziplinen Tiefe erfassenden – Perspektivenvielfalt hinreichend adressiert werden kann. Er steht also unter der Prämisse, dass sich nicht nur verschiedene Fachdisziplinen für das Selfie interessieren, sondern dass die Interdisziplinarität des Feldes im Forschungsgegenstand selbst gründet. Diesen gerade darin zum Vorschein zu bringen und also in einer Art Scharfstellung in und zwischen den Fragestellungen für weiterführende Erforschungen der Themenbereiche anschlussfähig zu machen, ist Ziel und Anliegen des vorliegenden Sammelbandes.

Im Zentrum der Interdisziplinarität stehen dabei Fragen wie: Wie implementiert Technologie die Bildpraktik, und was folgt daraus für eine kulturpolitische, aber auch medienhistorische Rekonstruktion des streitbaren Genres? Es wird deutlich, dass weithin alle Fachrichtungen auf die ein oder andere Weise mit den Bezügen operieren, die zwischen einer Normativität von Repräsentation als Selbstrepräsentation und einer Materialität sich und

das menschliche Auge digital verändernder Umwelten bestehen. Fragen nach personaler, sozialer und Körper-Identität verbinden sich mit Anfragen an Möglichkeitsbedingungen für Ermächtigung und einer Verortung des Subjekts unter inszenierungsstrategischen Bedingungen. Sie stehen andererseits aber auch im harten Kontrast zu Erfahrungen von Beurteilung und Vulnerabilität.

Über die im Band versammelten Beiträge wird im Folgenden ein Überblick gegeben.

#### 4. *Ranzoomen*

Lydia Isabella Korte widmet sich in ihrem Beitrag *Selfie-Performance* dem Selfie als Spiegelillusion des Selbst auf dem Screen. Wie sie darlegt, ist das Selfie nicht nur ein digitales Selbstporträt, in dem sich der:die Selfie-Produzent:in selbst darstellt; darüber hinaus ist es das Bild eines digitalen Selbstporträts, in dem sich der:die Selfie-Produzent:in im Moment der Aufnahme selbst zeigt. Johannes Brunner betrachtet in seinem Beitrag *Was willst du erblicken?* das Begehren des Anderen im Selfie. Im Anschluss an Lacan beschreibt er das Aufnehmen und Teilen des Selfies als Ausdruck zugleich eines menschlichen Bedürfnisses nach Resonanz und nach einer Domestikation des Blicks. Winfried Gerling widmet sich in seinem Beitrag *Environmental Selfies* dem Zusammenwirken von Menschen und sensorisch-fotografischen Technologien unter den Bedingungen ubiquitärer vernetzter Rechenmaschinen. Als Beispiel dient die GoPro, die als singulärer Teil dieser Kultur die besondere Form des Selfies hervorgebracht hat, die aus einer Perspektive der Begleitung entsteht. Katharina Lobinger untersucht in ihrem Beitrag *Wo ist eigentlich die Kritik an Selfies geblieben?* das ‚Coming of age‘ des Selfies als oft problematisiertem Genre visueller Kommunikation. Interviews aus einem Forschungsprojekt zur visuellen Kommunikation in engen sozialen Beziehungen zeigen jedoch, dass Selfies immer noch ein gewisses Stigma anhaftet.

Tobias Wittchen schlägt in seinem Beitrag *„Das bin ich. Und das sind wir vor dem Eiffelturm“* eine bildanalytische Differenzierung zwischen porträtierenden und dokumentierenden Selfies vor. So wird anhand der ästhetischen Komposition von Selfies heuristisch erfassbar, welche Formen des Selbst ein Selfie jeweils darstellen und präsentieren soll. Silvana Weber stellt in ihrem Beitrag *Selfies und das Selbst* psychologische Erkenntnisse zum Zusammenspiel von bildlicher Selbstdarstellung und Identität vor. Empi-

rische Studien zeigen das Selfie in wechselseitigen Einflüssen zwischen Selbstaussdruck und Selbstwert, Gruppenzugehörigkeit und Selbstkonzept. Die Befunde bergen Relevanz für Organisationen, Aktivist:innen und potenziell marginalisierte Gruppen. Simone Birkel fragt in ihrem Beitrag *Ich und mein Selfie* danach, ob und inwiefern Selfies einen Beitrag zur Identitätsentwicklung Jugendlicher leisten. Ein Kooperationsprojekt der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und einer 9. Klasse eines Eichstätter Gymnasiums zeigt das Selfie als Einblick in eine Lebenswelt, in der sich die Möglichkeit zur Inszenierung als Entwicklungsaufgabe stellt. Krisha Kops unternimmt in seinem Beitrag *Das Selfie als (philosophische) Frage?* phänomenologische Annäherungen an den Frageakt des Selfies. Im Spannungsverhältnis zwischen Subjekt und Objekt beschreibt er das sich im Selfie ereignende Fragen als seriell, körperlich, technisch, unbewusst, selbstermächtigend – und zugleich unbeantwortet.

Johannes Kirschenmann und Maya Hermens untersuchen in ihrem Beitrag *Das Lachen der Masken bei Tisch* das Porträt als ‚Selfie‘ in Szenen des Essens. Die Gesichter im Porträt werden dabei als Masken gedeutet, die den Blickkontakt mit den Adressat:innen zugunsten einer soziokulturell begründeten Botschaft intensivieren. In einem historischen Vergleich erörtern sie die medialen und bildsprachlichen Konfigurationen im jeweiligen gesellschaftlichen Kontext. Henriette Hufgard betrachtet in ihrem Beitrag *Selfie postkolonial?* Selbstkonstitutionen zwischen kolonialen Objekten, Stilleben und *weißer* Subjektivität. Das Selfie zeigt sich als Begegnung mit einer durch koloniale Blickregime geprägten Gesellschaftsstruktur, die es nicht nur an repräsentative (Selbst)Portraits, sondern auch an die visuelle Tradition des Stillebens anknüpfbar macht.

Noreen van Elk prüft in ihrem Beitrag *Wenn du den Frieden willst, mach' ein Selfie* eine friedensethische Perspektive auf Selfiepraktiken im Kontext von Krieg und bewaffneten Konflikten. Zum einen zeigt sich das Selfie als Citizen Media und Form der Zeug:innenschaft, die zur Konfliktprävention und -lösung beitragen können. Zum anderen wird der Bedarf deutlich, möglicherweise friedensgefährdende Wirkungsweisen des Selfies zu erforschen. Julian Krämer zeichnet in seinem Beitrag *Flanieren im Kosmos der Automaten* ein philosophisches Portrait des [video]Flâneur<sup>s</sup> und seiner Selfiekunst. Das als Zuschauen konzipierte Selfie zeigt sich als Versuch, die Bedeutung von Repräsentation in durch moderne Apparate erzeugten Kulturdynamiken auszuhandeln. Celine Frohnäpfel, Sophie Hepach, Oana Lünenborg, Zoe Mayer, Liv Rademacher, Karin Boczek, Korbinian Klinghardt und Jonas Schützeneder stellen in ihrem Beitrag eine quantitative In-

haltsanalyse von *Selfies in Instagram-Stories von Influencer:innen* vor. Diese zeigt das Selfie als Strategie in öffentlichen Meinungsbildungsprozessen, mit welcher der persönliche und berufliche Werdegang, die körperliche Fitness und der materielle Besitz als eigener Erfolg vermarktet werden (kurz: Selfpride). Wolfgang Ullrich untersucht in seinem Beitrag *Über Selfie-Aktivismus* die Politisierung des Gesichts. Er zeigt, wie Inszenierungen des Gesichts für das Abgeben politischer Bekenntnisse genutzt werden und wie Social Media dabei als eine neue Spielart von öffentlichem Raum fungieren, der die Demonstrationskultur insgesamt verändert und Menschen aus Minderheiten, die von Diskriminierung betroffen sind, Protest und Selbstbehauptung ermöglicht.

Die hier versammelten Texte zeigen auch, dass das Selfie auf ganz unterschiedliche und komplexe Weise mit Fragen nach dem Guten und Richtigen verbunden ist. Die Disziplin der Kommunikations- und Medienethik beschäftigt sich mit kommunikativen und medialen Phänomenen und untersucht sie entlang der Frage, was wir tun sollen (vgl. bspw. Filipovic 2023).

Man kann die Medienethik also als normative Ethik verstehen, die wissenschaftlich auf die Verbesserung von medial vermittelter (öffentlicher) Kommunikation abzielt. Dem Selfie allerdings wird man, wie wir gezeigt haben, nicht gerecht, wenn man vorschnell auf die handlungsleitende Unterscheidung von gut und schlecht oder richtig und falsch abzielt. Medienethik ist immer auch befasst mit der Empirie etwa der Mediennutzung, den technischen Artefakten, dem Verstehen ästhetischer Kontexte usw. Das Selfie wird somit zur Probe für eine Kommunikations- und Medienethik, die auf dem Weg zu normativen Aussagen die Beschäftigung mit ihren Gegenständen nicht überspringen darf.

Vor allem dieser kulturwissenschaftlichen und philosophischen Beschäftigung mit dem Selfie geben wir in diesem Band Raum und sind der Überzeugung, dass wir damit nicht nur das Vorfeld der Medienethik des Selfies in den Mittelunkt stellen, sondern damit erst das Selfie zu einem Thema der Ethik machen. Fragen der Identität, des Körpers, der Vulnerabilität, des Engagements für und mit anderen und des Empowerments sind Teil der Selfie-Forschung und genuiner Gegenstand medienethischer Bemühungen.

## Literatur

- Barnard, Stephen R. (2016): *Spectacles of Self(ie) Empowerment? Networked individualism and the logic of the (post)feminist Selfie*. In: Communication and Information Technologies Annual (Studies in Media and Communications), Bingley: Emerald Group Publishing Limited, S. 63–88. DOI:10.1108/S2050-206020160000011014.
- Bauer, Michael (2016): *#selfie #Narzissmus #ethische\_Debatte? Argumente*. In: Gojny, Tanja / Kürzinger, Kathrin S. / Schwarz, Susanne (Hg.): *Selfie - I like it*. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer, S. 73–101.
- BBC Newsbeat (2017): *Would you take a selfie at a funeral?* In: *bbc news*, 26.6.2017. Online verfügbar unter: <https://www.bbc.co.uk/bbcthree/article/8253efa2-e8d7-44d5-a0ad-c80652797cd2> (Abfrage am 2.9.2023).
- Bieber, Alain (Hg.) (2015): *Ego Update*. Düsseldorf: NRW-Forum.
- Brantner, Cornelia / Götzenbrucker, Gerit / Lobinger, Katharina / Schreiber, Maria (2020): *Vernetzte Bilder in Sozialen Medien als Forschungsthema der Visuellen Kommunikationsforschung*. In: Brantner, Cornelia / Götzenbrucker, Gerit / Lobinger, Katharina / Schreiber, Maria (Hg.): *Vernetzte Bilder*. Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien. Köln: Herbert von Halem, S. 9–24.
- Buckingham, David/Strandgaard Jensen, Helle (2012): *Beyond ‚media panics‘: Reconceptualising public debates about children and media*. In: *Journal of Children and Media* 6 (4), S. 413–429.
- 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.
- Cohen, Stanley (2002): *Folk devils and moral panics. The creation of the Mods and Rockers*. New York: Routledge.
- Crace, John J. (2013): *Why Obama’s memorial selfie was not a mark of disrespect*. In: *The Guardian*, 11.12.2013. Online verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/world/shortcuts/2013/dec/11/obama-cameron-selfie-mandela-memorial> (Abfrage am 2.9.2023).
- Des Caurres, Jean (1584): *Œuvres morales et diversifies*, zit. n. Gspandl, Sarah (2015): *Do-it-yourself(ie)? Strategien fotografischer Selbstthematisierung: Strukturelle Gegebenheiten und individuelle Handlungsmacht am Beispiel der Selfiepraktik*. Online verfügbar unter: <https://fedora.phaidra.bibliothek.uni-ak.ac.at/fedora/get/o:6797/defer:Content/get> (Abfrage am 02.09.2023).
- Ebersbach, Anja / Glaser, Markus / Heigl, Richard (2016): *Social Web*. Konstanz/München: utb.
- Eckel, Julia / Ruchatz, Jens / Wirth, Sabine (Hg.) (2018): *Exploring the Selfie. Historical, theoretical, and analytical approaches to digital Self-photography*. Cham: Palgrave Macmillan.

- Eckel, Julia / Ruchatz, Jens / Wirth, Sabine (2018): *The Selfie as Image (and) Practice: Approaching Digital Self-Photography*. In: Eckel, Julia / Ruchatz, Jens / Wirth, Sabine (Hg.): Exploring the Selfie. Historical, theoretical and analytical approaches to digital self-photography. Cham: Palgrave Macmillan, S. 1–23.
- Ehrensberger, Hannah / Paganini, Claudia (2023): (K)Ein Hai zum Kuschneln. Warum es dem Hai nicht gutgetan hat, ein Movie-Star zu sein. In: TIERethik 15 (1), S. 36-55, <https://doi.org/10.58848/tierethik.2023.1.36>.
- Filipović, Alexander (2023): *Medien und öffentliche Kommunikation aus ethischer Perspektive*. In: Altmeyden, Klaus-Dieter / Klaus, Elisabeth / Röttger, Ulrike (Hg.): Kommunikationswissenschaft: Eine Einführung in die kommunikativen und medialen Grundlagen der Gesellschaft. Springer VS – in Vorbereitung.
- „First 3D Selfie Museum in Dubai“. [dubai3Dworld](https://dubai3dworld.com). Online verfügbar unter: <https://dubai3dworld.com> (Abfrage am: 02.09.2023).
- Flusser, Vilém (1994): *Gesten. Versuch einer Phänomenologie*. Fischer, Frankfurt/Main.
- Fox, Jesse / Rooney, Margaret C. (2015): *The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites*. In: Personality and Individual Differences, Bd. 76, S. 161–165.
- Frick, Eckhard (2009): *Psychosomatische Anthropologie. Ein Lehr- und Arbeitsbuch für Unterricht und Studium*. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Frosh, Paul (2015): *The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability*. In: International Journal of Communication 9 (22), S. 1607–1628.
- Gerling, Winfried / Holschbach, Susanne / Löffler, Petra (2018): *Bilder verteilen. Fotografische Praktiken in der digitalen Kultur*. Bielefeld: Transcript.
- Gojny, Tanja / Kürzinger, Kathrin S. / Schwarz, Susanne (Hg.) (2016): *Selfie – I like it. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung*. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Grupe, Dirk (2023): *Trend zum Selfie: Kommunikation oder Eitelkeit*. In: Schwäbische Zeitung, 2.9.2023. Online verfügbar unter: <https://www.schwaebische.de/regional/baden-wuerttemberg/trend-zum-selfie-kommunikation-oder-eitelkeit-1872482> (Abfrage am 2.9.2023).
- Gspandl, Sarah: *Do-it-yourself(ie)? Strategien fotografischer Selbstthematisierung: Strukturelle Gegebenheiten und individuelle Handlungsmacht am Beispiel der Selfiepraktik*. Online verfügbar unter: <https://fedora.phaidra.bibliothek.uni-ak.ac.at/fedora/get/o:6797/bdef:Content/get> (Abfrage am 02.09.2023).
- Gunthert, André (2018): *The Consecration of the Selfie: A Cultural History*. In: Eckel, Julia / Ruchatz, Jens / Wirth, Sabine (Hg.): Exploring the Selfie. Historical, theoretical and analytical approaches to digital self-photography. Cham: Palgrave Macmillan, S. 27–47.
- Hall, James (2016): *Das gemalte Ich. Die Geschichte des Selbstporträts*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

- Huffington Post UK (2013): *Barack Obama, David Cameron and Helle Thorning-Schmidt take selfie at Nelson Mandela memorial*. In: Huffington Post News, 10.12.2013. Online verfügbar unter: [https://www.huffingtonpost.co.uk/2013/12/10/barack-obama-david-cameron-selfie-nelson-mandela\\_n\\_4419503.html](https://www.huffingtonpost.co.uk/2013/12/10/barack-obama-david-cameron-selfie-nelson-mandela_n_4419503.html) (Abfrage am 2.9.2023).
- Korte, Lydia / Steimer, A. Kristina (2022): ‚Können Sie bitte ein Selfie von mir machen?‘ *Widersprüche in Gebrauch und Bedeutung der digitalen Selbstfotografie als Ausgangspunkt eines Forschungsdesiderats*. In: MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews, Jg. 39 (4), S. 340–52.
- Liddy, Matt (2013): *This photo, posted on ABC online, is the world's first known ‚selfie‘*. In: ABC news, 21.11.2013. Online verfügbar unter: <https://www.abc.net.au/news/2013-11-19/this-photo-is-worlds-first-selfie/5102568> (Abfrage am: 02.09.2023).
- Lobinger, Katharina (2016): *Zwischen Selfie-Shaming und Selfie-Celebration. Kontroverse Perspektiven auf vernetzte Körper-(Selbst)bilder*. In: Gojny, Tanja / Kürzinger, Kathrin S. / Schwarz, Susanne (Hg.): *Selfie – I like it*. Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung. Stuttgart: W. Kohlhammer, S. 43–56.
- Maddox, Jessica Leigh (2018): *Fear and Selfie-Loathing in America: Identifying the Interstices of Othering, Iconoclasm, and the Selfie*. In: *The Journal of Popular Culture*, 51 (2), S. 26–49. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12645>.
- Memcott, Mark (2013): *Picture This: Selfie is ‚Word of the Year‘*. In: Vermont Public, 19.11.2013. Online verfügbar unter: <https://www.vermontpublic.org/2013-11-19/picture-this-selfie-is-word-of-the-year> (Abfrage am: 02.09.2023).
- Mulvey, Laura (1975): *Visual pleasure and narrative cinema*. In: *Screen* 16(3), S. 6–18.
- Paganini, Claudia / Steimer, A. Kristina (2023): *Social Media, the body, and the digital device. Constellations of self and being from the perspective of media psychology and philosophy*. In: Vonach, Andreas (Hg.): *Anthropology in digital age: theological and philosophical responses*. Innsbruck University Press – in Vorbereitung.
- Prophet, Isabell (2015): *Es sterben mehr Menschen bei Selfies als durch Haie*. In: *zeit.de*, 22.9.2015. Online verfügbar unter: [https://www.zeit.de/zett/2015-09/es-sterben-mehr-menschen-bei-selfies-als-durch-haie?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.zeit.de/zett/2015-09/es-sterben-mehr-menschen-bei-selfies-als-durch-haie?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F). (Abfrage am 2.9.2023)
- Safaian, Dorna (2023): *Trauer als Widerstand. Über ein Symbol der revolutionären Bewegung „Frau Leben Freiheit“*. In: *Geschichte der Gegenwart*, 22.01.23.
- Schankweiler, Kerstin (2020): *Selfie-Proteste: Affektzeugenschaften und Bildökonomien in den Social Media*. In: Busch, Isabelle/Fleckner, Uwe/Waldmann, Judith (Hg.): *Nähe auf Distanz: Eigendynamik und mobilisierende Kraft politischer Bilder im Internet*. Boston: De Gruyter, 2020, S.175-190.
- Schankweiler, Kerstin / Straub, Verena (2023): *Bildproteste für die Freiheit im Iran. Die Memefication des Widerstands in den Sozialen Medien*. In: 21: *Inquiries into Art, History, and the Visual*. Beiträge zur Kunstgeschichte und visuellen Kultur, Bd. 4 Nr. 1, S. 97–110, <https://doi.org/10.11588/xxi.2023.1.93820>.

- Schreiber, Maria / Götzenbrucker, Gerit (2018): *Körperbilder – Plattformbilder? Bildpraktiken und visuelle Kommunikation auf Social Media*. In: Grittmann, Elke / Lobinger, Katharina / Neverla, Irene / Pater, Monika (Hg.): *Körperbilder – Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S 29–50.
- Senft, Theresa / Baym, Nancy (2015): *What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon*. In: *International Journal of Communication* 9 (22), S. 1588–1606.
- Sueddeutsche.de (2015): *So gefährlich sind Selfies*. In: sueddeutsche.de, 22.9.2015. Online verfügbar unter: <https://www.sueddeutsche.de/panorama/todesursachen-so-gefaehrlich-sind-selfies-1.2658849>. (Abfrage am 2.9.2023).
- Spiegel (2013): *Twitter-Spott über Obamas Selfie*. In: Spiegel Ausland, 11.12.2013. Online verfügbar unter: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/spott-im-netz-nach-obama-s-selfie-bei-mandela-trauerfeier-a-938430.html> (Abfrage am 2.9.2023).
- Steimer, A. Kristina (2023): *Das Tier vor und hinter der Kamera: Animal Selfies im Kontext kritischer Reflexionen auf Mensch-Tier-Dualismen und ihrer Repräsentation in und durch Medien*. In: *TIERethik* 15 (1), S. 78-108, <https://doi.org/10.58848/tierethik.2023.1.78>.
- Ullrich, Wolfgang (2019): *Selfies: Die Rückkehr des öffentlichen Lebens*. Berlin: Klaus Wagenbach.
- Walker Rettberg, Jill (2014): *Seeing Ourselves through Technology. How we use Selfies, Blogs and Wearable Devices to See and Shape Ourselves*. Palgrave Macmillan, DOI: 10.1057/9781137476661.
- Warfield, Katie / Cambre, Carolina / Abidin, Crystal (2016): *Introduction to the Social Media + Society Special Issue on Selfies: Me-diated Inter-faces*. In: *Social Media + Society* (2/2) (April-June), S. 1–5. DOI: 10.1177/2056305116641344.
- Warfield, Katie (2014): *Making Selfies/Making Self: digital subjectivities in the selfie*. On-site presentation at the Fifth International Conference on the Image and the Image knowledge Community, Freie Universität, Berlin, Germany, 29.-30.10.2014.

Themenbereich Corpusbildung: Wie vollzieht sich das Selfie?