

Lydia Isabella Korte; A. Kristina Steimer

„Können Sie bitte ein Selfie von mir machen?‘: Widersprüche in Gebrauch und Bedeutung der digitalen Selbstfotografie als Ausgangspunkt eines Forschungsdesiderats

2022

<https://doi.org/10.25969/mediarep/19104>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Korte, Lydia Isabella; Steimer, A. Kristina: ‚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 (2022), Nr. 4, S. 340–352. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/19104>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Perspektiven

Lydia Isabella Korte & A. Kristina Steimer

„Können Sie bitte ein Selfie von mir machen?“ Widersprüche in Gebrauch und Bedeutung der digitalen Selbstfotografie als Ausgangspunkt eines Forschungsdesiderats

Eine Vielzahl von Widersprüchen scheinen dem vielfältigen Gebrauch des Selfies eingeschrieben zu sein, und so variiert beständig auch der Selfie-Begriff in seiner Bedeutung. Im Rahmen dieses Aufsatzes sollen diese Widersprüche, sowohl im alltäglichen Sprachgebrauch als auch im wissenschaftlichen Diskurs zum Selfie, aufgezeigt und ihre Bedeutung analysiert werden. Sind *en passant* artikulierte Widersprüche – wie zum Beispiel die Frage ‚Können Sie bitte ein Selfie von mir machen?‘ – nur das Surplus einer Genrevarianz, in der womöglich nicht immer die der Fotografierte selbst Fotograf_in sein muss, damit ein Bild ein Selfie wird, oder deuten sie auf eine subversive Neustrukturierung der Konstellationen zwischen Körper, Selbst und (digitaler) Umwelt hin?

Es wird sich zeigen, dass die Herausforderung, vor die in Gebrauch und Bedeutung der digitalen Selbstfotografie auftretende Widersprüche die Forschung stellen, vielleicht weniger darin besteht, das Selfie in Widerspruchsfreiheit ‚aufzulösen‘. Wir argumentieren dafür, dass eine an Erkenntnisgewinn

orientierte Forschungsperspektive auf das Selfie notwendig auch die Widersprüche aushalten muss, die bereits seine Definition zum Vexierspiel werden lassen. Sie muss sich auf ihren Gegenstand einlassen, an ihm teilhaben – trotz oder gerade wegen der kritischen Haltung, mit der sie an ihren Forschungsgegenstand herantritt: „Perhaps it is no fluke that the camera is often spoken about as a tool for ‚shooting‘ for in studying socially mediated camera work we are in fact shooting ourselves in the face – 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. We cannot remain outside. It perforates and lets in light, shows the depth and significance of layers, which positioned us, and reminds us of our integral responsibility, as scholars, in our integral implicatedness in the production of research and knowledge“ (Warfield/Cambre/Abidin 2016, S.5).

Zunächst werden wir uns anschauen, welche Definitionsvorschläge es in Bezug auf das Selfie gibt. Anhängig ist die Frage nach einer engen und weiten



Abb. 1: Bild von Personen, die ein Selfie machen; Illustration L. Korte

Definition des Selfies sowie einer eindeutigen Abgrenzung des (Sub-) Genres ‚Selfie‘. In einem zweiten Schritt werden wir uns näher mit verschiedenen Ebenen spezifisch des im Selfie zutage tretenden Selbstbezugs des Subjekts auseinandersetzen. Abschließend fragen wir nach den Anforderungen, die sich daraus für eine Forschung ergeben, die den performten Selbstbezug des Subjekts in einer zunehmend digitalisierten und digitalisierenden Welt zum Gegenstand hat.

Eine unklare Gemengelage: Forschungsgegenstand ‚Selfie‘

Das Selfie ist eine digitale Selbstfotografie, das heißt laut Cambridge Dictio-

nary: „a photograph that you take of yourself, usually with a mobile phone. Selfies are often published using social media.“ Analog hierzu lautet die Selfie-Definition aus dem Oxford Dictionary: „a photo of yourself that you take, typically with a smartphone or webcam, and usually put on social media.“ Obwohl diese Definitionen scheinbar eindeutige Definitionsmerkmale festlegen – der die Fotografierte fungiert zugleich als Fotograf_in; die zugrundeliegende Visualisierungstechnik ist ein digitales Endgerät, das typischerweise in die eigene Hosentasche passt; häufig wird das entstehende Bild über seine Vernetzung via Social-Network-Diensten oder via Online-Messengerdiensten anderen gezeigt –, herrscht im Allge-

meinen und auch im Wissenschaftskontext Uneinigkeit.

Denn, wie Medienwissenschaftler Jens Ruchatz (2018) feststellt, zeigt bereits die Google-Bildersuche nach dem Schlagwort ‚Selfie‘ ein ganz anderes Ergebnis: nämlich Fotografien von Menschen, die – wie in Abbildung 1 – gerade dabei sind, ein Selfie von sich zu machen, sodass nicht nur der die Fotografierte, sondern auch das Smartphone mit abgebildet ist (vgl. S.49). Ähnlich verhält es sich mit dem Hashtag ‚Selfie‘: Wie eine Suche auf Instagram ergibt, werden nicht nur ‚Selfies‘ nach der (ursprünglichen) Definition angezeigt, sondern auch Bilder von Füßen, Schaufensterscheiben, Avatare, Landschaftsbilder, der Pariser Eiffelturm und Gruppenporträts (die entweder mit dem Selbstauslöser oder von einer anderen Person aufgenommen wurden). Unter den Suchergebnissen finden sich außerdem digitale (Selbst-) Porträts, bei denen nicht ganz klar wird, ob sie wirklich von der Person gemacht wurden, die auf dem Bild zu sehen ist. Wird mit dem Selbstauslöser fotografiert, erweitert sich das Kompositionsspektrum, da der Bildausschnitt nicht mehr an die Länge des Arms gebunden ist – wie dezidiert die Armlänge zum bildkompositorischen Maßstab geworden ist, zeigt (scherzhaft) auch der populäre Twitter-Post von Moderatorin Ellen deGeneres bei der Oscarverleihung 2014 mit der Caption ‚If only Bradley’s arm was longer...‘

Auch der Kunsthistoriker Jerry Saltz (2015) definiert das Selfie als Kunst, die

eine Armlänge entfernt ist, worin ebenfalls bereits die typische Hand-Kamera-Bild-Konstellation enthalten ist: In der Regel sieht man eine Person mit großer Nähe zur Kameralinse, die in unmittelbarer Verbindung zum aufnehmenden Gerät durch den ausgestreckten Arm steht (s. Abb.1 und 4). Die implizite Annahme, dass es sich beim Selfie um Kunst handelt, lässt zudem einen weiteren Diskurs um die Bestimmung des Selfies aus seinen bildkompositorischen Bedingungen heraus erahnen, nämlich aus welcher ideengeschichtlichen Theorietradition heraus es sich sinnvollerweise verstehen lassen sollte – beispielsweise aus der reichen bildhistorischen Denklinie des Selbstporträts oder aus der von spezifisch digitaltechnologischen Kommunikationsmedien, die erst ab den 2000er Jahren mit der Implementierung der *frontfacing*-Kamera in Smartphones für die Bildkomposition ‚Selfie‘ ins Gewicht fallen (vgl. Hall 2014; Gunthert 2018; Eckel/Ruchatz/Wirth 2018). Die Bildwissenschaftlerin Kerstin Schankweiler (2020) widmet sich in ihrem Aufsatz zum ‚Selfie-Protest‘ vor allem der Verwendung in sozialen Medien und der Repräsentation. Sie inkludiert Bilder, die andere Personen aufgenommen haben – die Aufnahme, die eine Armlänge entfernt ist, spielt demnach keine große Rolle mehr, sondern die Form verschwindet hinter der Funktion: dem Teilen in sozialen Medien. Dementsprechend steht die Verwendung des Begriffs ‚Selfie‘ auch für digitale Porträts – nicht nur Selbstporträts – wenn

die Porträts irgendeine Form des ‚Self zeigen. Doch wenn nicht mehr deutlich wird, ob das Selfie ein digitales Selbstporträt ist, das tatsächlich eine Person von sich selbst gemacht hat, beinhaltet es dann nicht bereits in seiner definitiven Bestimmung einen performativen Widerspruch?

Genre und Subgenre des digitalen Selbstporträts

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. Besonders deutlich wird dies an Selfies, die offensichtlich nicht durch die Fotografierenden selbst motiviert sind: Im sogenannten *animal-*, zum Beispiel *cat-* oder *dog-*Selfie, sehen wir beispielsweise, wie nicht-menschliche Tiere den Platz des Fotografierenden einzunehmen scheinen; und auch wenn diese Selfies den bildkompositorisch signifikanten ausgestreckten Arm respektive Pfote oder Tatze zeigen, der oder die – über den Bildrand hinausragend – die Kamera in der Hand hält, ist klar, dass die Triebfeder zu der Fotoaufnahme der Mensch ist. Auch Selfies, die – wie im Fall des ‚Drohnie‘ (Kompositum aus den Wörtern ‚Drohne‘ und ‚Selfie‘) den ausgestreckten Arm als eine die Position des Fotografierenden variabel bespielende Darstellungsdimension zeigen, fehlt der selbstreflexive Blickbezug,

der typischerweise mit dem Blick auf das eigene Bild im Moment der Aufnahme einhergeht. Bereits im Hinblick auf die grundlegende Annahme, dass das Selfie eine digitale Selbstfotografie ist, scheiden sich also die Geister bei der Frage, ob das Selfie immer von der_ dem Fotografierten selbst erstellt worden sein muss, ob auch ein Bild mit dem Selbstauslöser ein Selfie ist und ob auch eine Aufnahme mit Drohne ein Selfie ist.

So vielfältig wie die Ausformungen sind auch die Anlässe, zu denen das *self-shooting* erfolgt: „[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“ (Senft/Baym 2015, S.1590).

Zuweilen sind Selfies auch lediglich anhand eines Hashtags oder spezifischen Ausformungen desselben als solche (wieder)erkennbar. Die Metadaten des Selfies können dann also das Selfie zu dem machen, was es ist: „[T]he hashtag #selfie is frequently used on social media platforms for photographs that are not selfies in the stricter sense of the OED definition. This form of tagging places the self-communicating self above the self-picturing self: In this respect, a selfie is a photograph showing myself that I have decided to share“ (Eckel/Ruchatz/Wirth 2018, S.7).

Schankweiler (2020) nutzt zum Beispiel eine Gebrauchsdefinition des Selfies, welches auch von einer ande-

ren Person als der Porträtierten aufgenommen worden sein kann, wenn es in sozialen Medien als Selfie mit dem Hashtag #selfie oder Spezifizierungen desselben, wie zum Beispiel #brelfie (Kompositum aus ‚breast‘ und ‚Selfie‘, häufig Aufnahmen beim Stillen eines Babys), gepostet wurde, etwa als ‚Selfie-Protest‘ (vgl. Schankweiler 2020).

Diese Ausführungen zeigen, dass die Definition des Selfies schwierig ist – scheint es doch einerseits so eindeutig, zeigt aber in seiner Performanz eine unüberschaubare Varianz. Auf Basis bestimmter Visualisierungstechniken, das heißt der Verbildlichung in Bewegt- oder Standbild, in Serie oder nicht, selbstaufgenommen oder nur als Selbstaufnahme bildkompositorisch inszeniert, konstituiert sich das Selfie aus medialen Konstruktionsprozessen, deren Ordnung mittels des Terminus ‚Selfie‘ sich vor allem aus einer kulturellen Konstruktionsleistung zu ergeben scheint. Liegt der Widerspruch, welcher zwischen der Klarheit der Definition und der Verunklarung derselben in der Varianz seiner faktischen Ausgestaltung besteht, also in der technisch ermöglichten Vielfalt bei gleichzeitiger Schwierigkeit ihrer kulturellen Lesbarkeit und Dechiffrierung?

Nicht nur, denn wie Paul Frosh (2015) zeigt, gründet dieser Widerspruch bereits in der inhärenten Widersprüchlichkeit dessen, was das Selfie noch *ex ante* seiner digitaltechnologischen Grundlegung konstituiert: dem Selbstbezug des Subjekts – das sich dann selbst fotografiert. Selfies

„are an instantly visual correlate to the linguistic self-enactment routinely performed by reflexive verbs. Indeed, their ability to combine transparent mediation and personal reflexivity reveals 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“ (Frosh 2015, S.1621).

Ebenen der Selbstbezüglichkeit des Selfies

„When I take a selfie with my smartphone, I first touch the camera icon on the home screen, the stock camera app opens up, and I touch the little icon in the right upper corner that allows me to ‚reverse‘ the camera or, more precisely, to use the second camera lens of my phone that is facing me. I am now able to see myself as a moving image, a live-stream or live video on screen, which enables me to position myself (my face or my body) in the frame provided by the screen of my phone“ (Wirth 2018, S.220).

Diese Beschreibung inkludiert sowohl das Selfie als Bild als auch als Praxis, betont jedoch den technikdeterministischen Aspekt der Selfie-Fotografie: Ich selbst bediene nicht nur das Gerät, sondern bestimme auch über Bildausschnitt und Moment der Aufnahme. Das Gerät bestimmt dabei die Aufnahme: Die Akteur_in besitzt die Kontrolle über ihre eigene Aufnahme – diese wird durch das Smart-

phone und die *frontfacing*-Kamera bedingt. Es stellt sich die Frage, welche Auswirkung diese Betrachtung auf das Selfie als Subgenre in Relation zum Genre Selbstporträtfotografie und Digitalfotografie hat. Des Weiteren treffen hier unterschiedliche Grade der Technisierung und Professionalisierung aufeinander: Es handelt sich um ein Spannungsfeld von inszenierter Fotografie und Schnappschuss-Fotografie (besser noch: *snapshot-photography* – der englische Begriff ist neutral zu verstehen und hat keine normative Vorbelastung wie das eher abschätzig im allgemeinen Sprachgebrauch verwendete ‚Schnappschuss‘).



Abb. 2:
Bild vom Bild einer Selfie-Aufnahme
Illustration L. Korte

Die Selbstbezüglichkeit des fotografischen Prozesses stellt hier die Bedingung der Bezeichnung ‚Selfie‘ dar. Sie bestimmt die Ermöglichung der Lesbarkeit eines Selfies ‚als‘ Selfie – „rather than just a photograph of, say, a face“ (Frosh 2015, S.1608). Ausgehend von der ostentativ gezeigten Rückbezüglichkeit eines Selbst im Selfie bestimmt Paul Frosh das Selfie spezifisch als „gestural image“ (ebd.). Die Geste, die mittels Frontkamera mobiler Endgeräte auf Armlänge gehalten und die Fotograf_in anvisierend Blickkontakt eines Subjekts mit sich herstellt, ist „simultaneously mediating (the outstretched arm executes the taking of the selfie) and mediated (the outstretched arm becomes a legible and iterable sign within selfies of, among other things, the selfiness of the image)“ (ebd., S.1611).

Die Fotografierte ist gleichzeitig die Fotografierende, und eben das bildet das Bild im Vollzug seiner selbst ab. Diese Selbstbezüglichkeit nicht nur des medialen Artefaktes, sondern auch des fotografischen Prozesses kann als performativ bezeichnet werden (vgl. Korte, im Erscheinen; Reichert 2021): Der Akt der Darstellung wird gleichzeitig zur Darstellung des Aktes. Das „Paradox des Performativen“, das aus der „Undarstellbarkeit des Ereignens“ (Mersch 2005) besteht, scheint zu verschwinden. Das Selfie ist nicht nur ein Bild von der Person, die das Smartphone hält, sondern auch ein Bild des Momentes, in der die fotografische Aufnahme entsteht (s. Abb.2). Das

Selfie ist demnach nicht nur als Selbstporträt der Person vor der Kameralinse zu verstehen, sondern auch als Selbstporträt des Ereignisses. Kunsthistoriker Wolfgang Ulrich (2019) beschreibt dies wie folgt: „Wer ein Selfie macht, macht sich selbst zum Bild. Das ist etwas anderes, als nur ein Bild von sich selbst – ein Selbstporträt – zu machen. 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“ (S.6).

Damit unterscheidet sich das Selfie von vielen anderen Bildmedien: In der Regel verschwindet die Apparatur und die mediale Form hinter dem Inhalt des Bildes. Wir sehen zwar eine Person im Bild, aber nicht das Bild selbst.

Selbstbezüglichkeit zeigt sich auch in der Reflexionssituation des Selfies: Nicht nur imitiert die Oberfläche des Smartphones im Falle des Selfies mit der *frontfacing*-Kamera eine Spiegelsituation, sondern sie übernimmt häufig auch die Funktion des Spiegels, wenn Personen beispielsweise in der U-Bahn ihr Erscheinungsbild überprüfen, bevor sie aussteigen.

Situationen wie diese weisen spezifisch eine Form von Intimität auf, die im öffentlichen Raum beobachtbar wird. Dies impliziert eine Spannung von Intimität und Öffentlichkeit (vgl. Wagner 2014), die dem Selfie inhärent ist. Dieses Spannungsfeld besteht unter anderem aus der Sehnsucht nach Authentizität und der inszenierten Performance und der Konstruiertheit

der Fotografie (vgl. Lobinger/Brantner 2015), der Ubiquität und Ephemeralität des Selfies, des Bildhandelns und der Bildproduktion, der Aufnahme im Hier und Jetzt, die deiktischer Veränderung unterliegt (vgl. Frosh 2015) und auch dem Wechselspiel zwischen der Präsentation des Selbst und der Repräsentation (vgl. Rettberg 2018).

Aus diesem Grund ergeben sich bei den unterschiedlichen Perspektiven auf das Selfie bestimmte Diskrepanzen und weitere Spannungen: Während ein phänomenologischer Ansatz die Präsentation des Selfies (den Akt im Entstehen) einschließt durch eine Perforation der Oberfläche (vgl. Warfield 2018), beleuchtet die Quantifizierung des Selfies, wie etwa das Projekt ‚Selficity‘, die sichtbare Oberfläche (vgl. Manovich/Ferrari/Bruno 2017).

Varianz und Devianz der Selfie-Fotografie als Anforderungen an die Forschung

Diese Uneinigkeit über Bedeutung und Gebrauch des Begriffes ‚Selfie‘ in verschiedenen Disziplinen, die sich für diese selbstbezügliche Fotopraxis interessieren, führt unweigerlich zu der Frage, welche definitorischen Grenzen des Selfies sinnvoll sind und welche Grenzöffnungen sich als Chancen für die Verwendung des Ausdrucks erweisen. An dieser Stelle können Selfies, die als Ausdruck des sogenannten ‚Selfie-Protests‘ (vgl. Schankweiler 2020) verwendet werden, Aufschluss geben. Jene Selfies lassen sich, wie Katharina

Lobinger (2016) ausführt, als „Formen des Web 2.0-Protests [charakterisieren], bei denen eine politische Aussage – oftmals als persönliche Geschichte formuliert – mit dem protestierenden Individuum und dessen physischer Erscheinung verknüpft wird. [...] Ein gemeinsam verwendetes Hashtag bündelt üblicherweise die individuellen Äußerungen einer Protestaktion und unterstreicht die gemeinsame Vision (z.B. #brelfie [...])“ (S.44).

Indem eine bildliche Darstellung als Selfie getagget wird, rückt das dargestellte Subjekt also spezifisch in seiner Beschaffenheit als Individuum in den Vordergrund und lenkt den Blick auf die Person selbst. Wenn diese eher weite Selfie-Definition, die sich vor allem aus dem Bildtext anstatt aus dem Bild selbst konstituiert, auch vor dem Begründungsproblem steht, das Selfie im Hinblick auf seine Bildkomposition als distinktes Genre abzugrenzen, so betont sie doch dessen kommunikativen Aspekt.

Innerhalb der Forschung besteht allerdings Uneinigkeit darüber, inwiefern das Öffentlich-Machen, also das Teilen oder Veröffentlichen in Form einer *one-to-one*- (z.B. via Messengerdiensten) oder *one-to-many*-Kommunikation (z.B. in sozialen Netzwerken), ein notwendiges Kriterium des Selfies darstellt. Hier tritt deutlich die spezifische Bestimmung des Selfies im Kontext „vernetzter[r] Bilder“ (Brantner/Lobinger/Götzenbrucker/Schreiber 2020, S.9) zutage. Hieraus ergibt sich zunehmend das Forschungsdesiderat,

plattformübergreifende Zusammenhänge zu eruieren: „Um [...] die Rolle einzelner Plattformen nicht zu unterschätzen und den vielfältigen Bezügen innerhalb der ‚media ecologies‘ gerecht zu werden, ist auch ein Blick erforderlich, der Bilder und visuelle Praktiken auch über mehrere Plattformen hinweg analytisch betrachtet und Bezüge und Brüche identifiziert“ (ebd., S.13).

Dass also die große Varianz des Selfies seine Greifbarkeit und einheitliche Definition erschwert – sogar die Festlegung auf einen Begriff wird zugunsten zahlreicher Portmanteaus vermieden wie Footsie, Nudie, Usie, Shelfie, Belfie, Relfie, Foodie (vgl. Eckel/Ruchatz/Wirth 2018, S.5; siehe auch Leiendecker 2018; Maleyka 2019, S.1) –, ist eine Herausforderung für die Forschung, die kontinuierlich um ihren Gegenstand ringen muss. Genau darin liegt aber auch die Chance, die Verwendung des Begriffs in den wissenschaftlichen Fokus zu rücken: In der Definition des Oxford Dictionary steht das nicht unwichtige Wort ‚typically‘ (vgl. Eckel/Ruchatz/Wirth 2018, S.7). Gerade dieser vermeintlich flüchtige Zusatz ist es, der die Grenzen verschwimmen lässt und die Möglichkeit der Erweiterung, Variation und Deviation der Begriffsbedeutung des Selfies zulässt. Die Konstellationen aus Körper (emblematisch ausgedrückt im ausgestreckten Arm bei der Selfie-Aufnahme mittels *frontfacing*-Kamera), digitalen Endgeräten und äußerer Umgebung wandelt und entwickelt sich kontinuierlich in

neue hybride Formen der Selbstperfor- manz hin zu immer mehr ‚Smartness‘ (s. Abb.3). Daher ist es gut, die dabei auftretenden Widersprüche offenzu- halten. Genau dann nämlich eröffnet sich nach Aaron Hess (2015) eine Komplexität, die durch eine Digitalität gekennzeichnet ist, die in spezifischer Weise unsere Lebensrealität darstellt: „[...] the case of selfies reflects [...] the user as emplaced within the physical surroundings and as digitally embed- ded into social networks. To take a selfie is to mark the temporal and spa- tial existence of the networked user“ (S.1636).

Die Einbettung der das Selbst eines Subjekts performenden Selbst- bezüglichkeit kontextualisiert sich also sowohl innerhalb der es physisch

umgebenden Welt als auch innerhalb der es digital einbettenden ‚fertigen‘ Programme der Sozialen Medien – vermeintlich zwei voneinander zu unterscheidende Verortungskontexte. Das Selfie zeigt, dass sich der Mensch gegenwärtig weder ganz im Analogen noch ganz im Digitalen (wieder)findet. Diese doppelte Verortung in der Welt markiert die Unklarheiten, wenn es darum geht, hybride Ausdrucksformen in ihrem Gebrauch hinreichend zu bestimmen.

Aus dem Offenhalten dieser Unklarheiten ergibt sich für die For- schung die Möglichkeit, die sicht- bare Oberfläche zu perforieren (vgl. Warfield/Cambre/Abidin 2016), ohne dabei – wie Lobinger (2016) im Zusam- menhang mit *Selfie-Shaming* und *Selfie-*



Abb. 3: Bild einer Selfie-Ansicht mit Avatar-Filter; Illustration L. Korte



Abb. 4: Bild eines Selfies; Illustration L. Korte

Celebration fordert – einen Forschungsstandpunkt aufzugeben, der jenseits pauschalisierender Kritik auf der einen oder unreflektierter Kritiklosigkeit auf der anderen Seite zu operieren imstande ist. So macht zum Beispiel Hess (2015) vor, wie eine produktive Auseinandersetzung mit dem Selfie als Widerspruch, beispielsweise in einer Art Assemblage, möglich wird: „The selfie assemblage articulates four elements: the self, physical space, the device, and the network. First, selfies presume a sense of authenticity, even though they are staged performances. Second, selfies are emplaced. Taking a picture in private or public places is a unique act of place expression, even while networked dissemination of the

photograph compresses space. Third, selfies are about our locative and networked media technology, which provide filtered understandings of the material spaces and bodies around us. Finally, selfies presume a networked audience and its language of Web 2.0 content, meaning that they invite digital-vernacular expression and user-generated content typical of this era“ (S.1632).

Mit der Herausstellung des Selfies als Assemblage, in der sich sowohl das Selbst und der physische Raum, als auch das Endgerät und Netzwerkinfrastrukturen als bestimmende Momente von Gebrauch und Bedeutung abheben, zeigt sich schließlich neben der inhaltlichen Ausrichtung

des Forschungsgegenstands und damit verbundenen Herausforderungen auch eine spezifisch methodische Anforderung: Die fortschreitende Entwicklung und bestehen bleibende Komplexität des Selfies erfordern eine Perspektivenvielfalt, die über eine einzelne Fachdisziplin weit hinausgeht. So untersuchen dann auch Wissenschaftler_innen aus verschiedensten Fachbereichen, etwa aus Philosophie, Ethik und Soziologie, aus Medien- und Kulturwissenschaften und Fotografieforschung, aus Kommunikationswissenschaften, Journalismus, Religionspädagogik, Theologie, Kunst und Psychologie, gemeinsam das Selfie. Die Interdisziplinarität, die zur Erfassung des Selfies erforderlich ist, findet sich innerhalb der Forschungslandschaft aussagekräftig zum

Beispiel im seit 2018 an das Zentrum für Ethik der Medien und der digitalen Gesellschaft angegliederten Selfie-Forschungsnetzwerk wieder (<https://zemd.de/selfie-forschungsnetzwerk/>). Das Netzwerk bringt verschiedene Fächer, Fragestellungen, Methoden und Perspektiven zusammen und bietet einen offenen und zugleich strukturierten Rahmen zum gegenseitigen Austausch. Erste Meilensteine der Netzwerkarbeit sind der im Herbst 2021 in München durchgeführte Workshop, auf dem Selfie-Forschende für zwei Tage zusammenkamen, um ihre aktuellen Projekte zu diskutieren, und die Publikation eines dezidiert interdisziplinär ausgerichteten Sammelbandes (vgl. Steimer/Paganini/Filipović, im Erscheinen).

Literatur

Brantner, Cornelia/Lobinger, Katharina/Götzenbrucker, Gert/Schreiber, Maria: „Vernetzte Bilder in Sozialen Medien als Forschungsthema der Visuellen Kommunikationsforschung.“ In: dies. (Hg.): *Vernetzte Bilder: Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien*. Köln: Herbert von Halem, 2020, S.9-24.

DeGeneres, Ellen. „If only Bradley’s arm was longer. Best photo ever. #oscars“, 2014. Ellen DeGeneres. <https://twitter.com/TheEllenShow/status/44032224407314432>

Eckel, Julia/Ruchatz, Jens/Wirth, Sabine: „The Selfie as Image (and) Practice: Approaching Digital Self-Photography.“ In: dies. (Hg.): *Exploring the Selfie*. Wiesbaden: Springer, 2018, S.1-23.

Frosh, Paul: „The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability.“ In: *International Journal of Communication* 9 (22), 2015.

Hess, Aaron: „The Selfie Assemblage.“ In: *International Journal of Communication* 9 (22), 2015.

Korte, Lydia: „Selfie-Performance.“ In: Steimer, Kristina/Paganini, Claudia/Filipović, Alexander (Hg.): *Das Selbst im Blick: Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-Forschung*. Baden-Baden: Nomos (im Erscheinen).

Leiendecker, Bernd: „Of Duck Faces and Cat Beards: Why Do Selfies Need Genres?“ In: Eckel, Julia/Ruchatz, Jens/Wirth, Sabine (Hg.): *Exploring the Selfie*. Wiesbaden: Springer, 2018, S.189-209.

Lobinger, Katharina: „Zwischen Selfie-Shaming und Selfie-Celebration: Kontroverse Perspektiven auf vernetzte Körper-(Selbst)bilder.“ In: Gojny, Tanja/Kürzinger, Katharina S./Schwarz, Susanne: *Selfie—I like it: Anthropologische und ethische Implikationen digitaler Selbstinszenierung*. Stuttgart: Kohlhammer, 2016, S.43-56.

Lobinger, Katharina/Brantner, Cornelia: „In the Eye of the Beholder: Subjective Views on the Authenticity of Selfies.“ In: *International Journal of Communication* 9 (22), 2015.

Maleyka, Laura: „Selfie-Kult: Bildvermittelte Kommunikation und Selbstbildnis als Kommunikationskode im digitalen Raum.“ In: *kommunikation @ gesellschaft* 20 (28), 2019.

Manovich, Lev/Ferrari, Vera/Bruno, Nicola: „Selfie-Takers Prefer Left Cheeks: Converging Evidence from the (Extended) selfiecity Database.“ In: *Frontiers in Psychology* 8, 2017, S.1460.

Mersch, Dieter: „Paradoxien der Verkörperung.“ In: Berndt, Frauke/Brecht, Christoph (Hg.): *Aktualität des Symbols*. Freiburg: Rombach, 2015, S.33-52.

Reichert, Ramon: „Selfie-Wars on Social Media.“ In: Lehner, Ace (Hg.): *Self-Representation in an Expanded Field: From Self-Portraiture to Selfie, Contemporary Art in the Social Media Age*. Basel: MDPI, 2021, S.137-157.

Rettberg, Jill Walker: „Self-Representation in Social Media.“ In: Burgess, Jean/Marwick, Alice/Poell, Thomas (Hg.): *The SAGE Handbook of Social Media*. Thousand Oaks: SAGE, 2018, S.429-443.

Ruchatz, Jens: „Selfie Reflexivity: Pictures of People Taking Photographs “ In: Eckel, Julia/Ruchatz, Jens/Wirth, Sabine (Hg.): *Exploring the Selfie*. Wiesbaden: Springer, 2018, S.49-82.

Saltz, Jerry: „Kunst am ausgestreckten Arm: Eine Geschichte des Selfies.“ In: *Ego Update*. Düsseldorf: NRW-Forum, 2015, S.30-49.

Schankweiler, Kerstin: „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.

Senft, Theresa M./Baym, Nancy K.: „What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon.“ In: *International Journal of Communication* 9 (22), 2015.

Steimer, Kristina/Paganini, Claudia/Filipović, Alexander (Hg.): *Das Selbst im Blick: Interdisziplinäre Perspektiven zur Selfie-Forschung*. Baden-Baden: Nomos (im Erscheinen).

Ullrich, Wolfgang: *Selfies: Die Rückkehr des öffentlichen Lebens*. Berlin: Klaus Wagenbach, 2019.

Wagner, Elke: „Intimate Publics 2.0.“ In: Hahn, Kornelia (Hg.): *E<3Motion*. Wiesbaden: Springer, 2014, S.125-149.

Warfield, Katie: „Im(matter)ial Bodies: A Material and Affective Rethinking of Selfies for Digital Literacy Resources.“ In: *Language and Literacy* 20 (3), 2018, S.73.

Warfield, Katie/Cambre, Carolina/Abidin, Crystal: „Introduction to the Social Media + Society Special Issue on Selfies: Me-diated Inter-faces.“ In: *Social Media + Society* 2 (2), 2016.

Wirth, Sabine: „Interfacing the Self: Smartphone Snaps and the Temporality of the Selfie.“ In: Eckel, Julia/Ruchatz, Jens/Wirth, Sabine (Hg.): *Exploring the Selfie*. Wiesbaden: Springer, 2018, S.213-238.