

Ursula Frohne; Christian Katti

Selfie-Übergriffe

2015

<https://doi.org/10.25969/mediarep/624>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Frohne, Ursula; Katti, Christian: Selfie-Übergriffe. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 4 (2015), Nr. 1, S. 31–36. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/624>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2015-14765>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

SELFIE - ÜBERGRIFFE

Ursula Frohne / Christian Katti

Die *carte de visite*, ein knapp 6 x 10 cm kleines, hochformatiges, auf Karton kaschiertes fotografisches Visitenkartenporträt, mit Namen, zuweilen auch Titel oder Adresse versehen, wurde ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts gerne zwischen Freunden und Familienmitgliedern ausgetauscht, beschriftet, in Alben gesammelt und als *Entrée* in gesellschaftlichen Kreisen geschätzt. Die quantitative Reproduzierbarkeit war schon im Aufnahmeprozess durch eine Mehrfachoptik wirksam, die das handliche Format der Karten beförderte. André Adolphe-Eugène Disdéri ließ sich sein Kollodiumverfahren, das wie die heutige digitale Fotografie ohne Negativ operierte, 1854 patentieren. So konnte man zahlreiche Kopien der Fotokarten herstellen lassen und als kleine Referenz oder große Geste verteilen.

31

Ebenso intim getaktet und aufeinander eingestellt, scheinen das Smartphone und das Selfie geradezu füreinander gemacht. Wie im Fall der Fotografie vermag das technische Gadget den Umgang mit ihm aber kaum zu erklären. Wenn man nicht auf Aby Warburgs ›historische Fernwirkung‹ rekurren möchte – namentlich auf die »Pathosformeln« mit ihrem eigenartigen Reminiszenz- und Zitierreflex durch die kulturgeschichtliche Tiefendimension unseres Bildgedächtnisses –, fällt es schwer, diese Anverwandlungen jenseits des blinden Zufalls zu begründen.

Zugegeben, Facebook, Instagram, Twitter und YouTube bilden das ›natürliche‹ Vermittlungsglied zwischen den nonchalanten Porträts und ihrer auf Popularität schielenden Verbreitung – also doch ein »Mnemosyne«-Atlas sozialer

Ikonizität? Die Netzwerke versammeln einen Bildatlas unserer massenaffinen Individualitätskultur mit den entsprechenden Avancen zum Starkult. Doch lässt die Feinverästelung jugendkultureller Celebrities, von medialen Starsystemen und Hipness Crowds manchmal nur schwerlich erkennen, warum jetzt gerade wer oder was angesagt ist. Zahlreich und überwältigend begegnet uns der Hang zum Selfie, das in seiner unerschrocken postulierten Selbstverständlichkeit massenhaft das Besondere und Individuelle hervorkehrt.

Der Vorwurf des Narzissmus, den Rosalind Krauss 1976 noch der jungen Videokunst als ganzer machte, sei hier vorerst geschenkt. Denn wen oder was anderes gäbe es hier zu bespiegeln, wenn nicht das pikturale Selbst im Echoraum der Sozialen Netze? Mode- und Style-Bewusstsein und das unabdingbar Witzige des Moments, der sich gerade vor Sentimentalitäten nicht zu scheuen braucht, sind hier erst einmal wichtiger als die Selbstbezüglichkeit von Erkenntnissubjekt und -objekt, von Bildgegenstand und seiner Quelle. Der erkenntnistheoretische Charme des Selbstporträts ist im Medium des Selfies performativ gewendet, wenn nicht aufgelöst, ließe sich mit eben jener Doppelgeste aus Ironie und wohl inszenierter Übertreibung sagen, die dem Selfie als Selbstdarstellungshabitus eigen scheint.

›Wer oder was bin ich?‹ Diese Frage stellten Dürers »Selbstbildnis im Pelzrock«, Rembrandts zahlreiche Rollenspiele im biblischen Kostüm mit Grimassen und höchst unkonventionellen Gesichtsausdrücken, sowie Parmigianinos »Selbstbildnis im Konvexspiegel«. Natürlich sind die Szenerien, in denen sich die Künstler inszenieren, allegorisch gesäumt. Aus dem Deutungsreichtum dieser Allegorien schöpft die Kunstgeschichte ihre unübersichtliche Interpretationsvielfalt. In der Bildkunst wird das eigene Konterfei zur Geste, zu einer Geste, in der sich der Zustand von Gesellschaft und Zeitgeist besser ablesen lässt als im philosophischen Enigma des introspektiven ›Selbst‹, das ja leider nur unter methodisch aufwändiger Vorgehensweise anzutreffen ist.

Der sportliche Umgang mit Verzerrung, Entstellung und Verhässlichung des eigenen Abbildes ist durchaus üblich, um den Grad des Authentischen sowie der Bedeutungsverdichtung und -verschiebung zu steigern, also um an Interessantem dazuzugewinnen, was man dem Verdacht des Eitlen bis Schönen oder gar Egozentrischen entreißt. So bei Franz Xaver Messerschmidt bis Arnulf Rainer, bei Duchamp und Beckmann, Francis Bacon und Andy Warhol. Landläufiger Charakterzug künstlerischer Selbstinszenierung ist ein ›Overacting‹, das sich von Jürgen Klauke und Cindy Sherman bis Tony Oursler, Mike Kelley oder Paul McCarthy findet, auch die Filme von Jack Smith, Andy Warhol oder Kenneth Anger lassen grüßen.

In Sachen Overacting gestikuliert das neue ›poster-child‹ der ›Selfie-Generation‹ ausgelassen: Ryan Trecartin, der ein Studium an der Rhode Island School of Design absolvierte und schon in seinen Highschool-Tagen ambitionierter Schultheater-Performer und -Impresario war, erklärt, dass die übertriebene

Darstellung – ein Markenzeichen seiner Videos und Installationen – ursprünglich beim Theaterpublikum wie den Mitschauspielern auf Ablehnung stieß. Er ließ sich jedoch durch dieses Urteil nicht von seiner Leidenschaft abbringen, sondern wechselte das Medium. Trecartins Videos, die sich auf Vimeo bewundern lassen und nach prominenten Einzelausstellungen und dem Lob der gesamten Presse auf einer Welle des Erfolgs schwimmen, übertreiben die Selbstdarlungsticks und Narzissmen der Jugendgeneration, ohne sie dabei herablassend zu kritisieren oder bloßzustellen. »I give the people what they want«, lautet seine erklärte Agenda.

Dass Overacting auch mit Understatement und Entzug der eigenen Person einhergehen kann, hat bereits Andy Warhol demonstriert. Ein perfektes Bild, so postulierte er einmal, sei die Aufnahme einer berühmten Person bei einer banalen Tätigkeit. Warhol beleuchtete mit seinen Polaroids und den »Screen Tests« frühzeitig das Spektrum der Möglichkeiten, sich als Subjekt im Spiegel der eigenen Bildwerdung zu einer »Sozialfigur« zu modellieren: Manche seiner Protagonisten halten in Posen der Coolness den Close-up-Einstellungen heroisch stand, andere kokettieren unter offensivem Einsatz ihrer narzisstischen Neigung zur Selbstinszenierung mit dem unbestechlichen Aufzeichnungsmodus des Kameraobjektivs.

34

Zur Probe aufs Exempel ist der Meister selbst viereinhalb Minuten beim Verspeisen eines Burger-King-Produktes auf YouTube zu bewundern. Im Rauschen der Tonspur verwehen Stadtgeräusche, die Flasche Heinz Ketchup auf der blanken Tischplatte, am Schluss die zerknüllte Burgertüte mit abschließender Ansage: »Em, my name is Andy Warhol, and I just finished eating a hamburger«: perfekt! Weniger der Burger vermutlich als das Video. Nicht nur hinsichtlich der Schnittfolge ist es das diametrale Gegenteil von Trecartins stakkatoartigem, hochaufwändigem Editing und dem hysterischen Overacting seiner zwischen Realität und Virtualität oszillierenden Figuren. Warhols Video kommt ohne einen Schnitt und mit einem einzigen Satz aus.

Bei Trecartin (und seiner langjährigen Partnerin Lizzie Fitch) überschlagen sich Text, Schnitt und Effekte, es handelt sich nicht um Dialoge im eigentlichen Sinn, sondern um in die Kamera gesprochene innere Monologe, hyperaktive Statements, um den Subtext der Sozialen Netze, der einen zersetzenden Overdrive freisetzt. Nicht nur die Kunstwelt liebt Trecartins so authentische wie höchst artifizielle Trash-Ästhetik, welche die Sprache und die Bild-Akkumulationen der digitalen Popkultur zur Implosion bringt. Im »Pseudolog« zwischen Identität und Technologie verwirklichen sich Trecartins Protagonisten darin, selbst zum Bild zu werden: »I'm finally just an »as-if««: Potenzialitäten zwischen super queer und post-gender...

In Matthew Frosts kurzem Video »Aspirational« wartet der sich selbst spielende Filmstar Kirsten Dunst auf ihren Fahrer an der Auffahrt einer L.A.-Residenz. Sie versichert sich via Handy, dass ihr Fahrdienst gleich kommen

muss, als zufällig zwei junge Damen im Auto vorbeifahren und sie erkennen. Begeistert stürzen diese sich auf die Schauspielerin, sogleich wird ein Celebrity-Selfie gemacht, ohne dass die Begegnung auch nur die geringste persönliche Annäherung andeuten würde.

Das Selfie ist eine Art mediales Autogramm, doch nicht das Autogramm ist hier Thema, sondern das nächste eigene Konterfei. Der digitale Schnappschuss von sich selbst mit Star in Szene gesetzt, mit gesprochenen Kommentaren als Kurzvideo gesendet, das Sich-selbst-neben-einem-Star-Verewigen macht genau den Nervenkitzel dieses instantanen Celebrity-Posing und -Posting aus. Frosts süffisante Dramaturgie inszeniert den latenten Übergriff, der in der Entstehung dieser umgehend geposteten Selfies mitschwingt. Als der Filmstar die beiden Mädchen fragt, ob sie kurz mit ihr reden oder irgendetwas über sie wissen möchten, um das unvermittelte Zusammentreffen mit einem Anflug von persönlichem Interesse zu unterfüttern, wehren die beiden Mädchen beschäftigt ab. Nein, kein Bedarf, nur vielleicht noch die Frage, ob Kirsten Dunst wohl auf ihr Netzwerkprofil verweisen könnte? Der Star soll die beiden bei Twitter, Instagram oder sonstwo markieren. »Can you tag me? ... You can tag people, to show up on their profile«, so ihr den Celebrity-Status verkehrender Wunsch. Kurzes, betretenes Schweigen – die Frage läuft ins Leere – Einstellung auf den versteinerten Blick von Kirsten Dunst und die Mädchen ziehen ab: »Thank you, bye!« Mit dieser Abfuhr erhöht sich der gefühlte Wert der fotografischen Beute für die Mädchen, die im Auto ausgelassen die soeben erlebte Szene in dem Maße beschwören, in dem der Star wieder in unnahbaren Sphären verschwindet: »Kirsten Fucking Dunst!« jöhlt eine der beiden, manisch auf ihr Smartphone starrend. ◆