

Isabell Otto; Nikola Plohr

Selfie-Technologie

2015

<https://doi.org/10.25969/mediarep/623>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Otto, Isabell; Plohr, Nikola: Selfie-Technologie. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 4 (2015), Nr. 1, S. 26–30. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/623>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2015-14757>

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 - TECHNOLOGIE

Isabell Otto/Nikola Plohr

26

Das Selfie ist spätestens seit der Oscarverleihung 2014 im Zentrum der Populärkultur angekommen. Moderatorin Ellen DeGeneres versammelte in der Oscarnacht zahlreiche Stars um sich, bannte sie in den Bildausschnitt der Frontkamera ihres Smartphones, das sie dem vorne in der Gruppe platzierten Bradley Cooper in die Hand drückte. Sie twitterte das Foto und setzte mit diesem am häufigsten weitergeleiteten Tweet aller Zeiten (über drei Millionen Retweets) den Microblogging-Dienst vorübergehend außer Betrieb.

Wenige Tage nach der Hollywoodshow zirkulierte über den Twitter-Account der Fernsehserie »The Simpsons« eine von Matt Groening signierte Parodie des »Oscar Selfies«. Der Simpsons-Tweet zeigt eine »weitere Perspektive«: Zu sehen ist eine comicitige Nachstellung der posierenden, in Simpsons-Manier gelbgefärbten Stars, unter denen sich Bart Simpson versteckt und Meryl Streeps Alter Ego Hasenohren macht. Der Bildausschnitt ist so vergrößert, dass er Jared Leto zeigt, der links neben Jennifer Lawrence steht, aber im »Original« abgeschnitten ist, weil – wie Ellen twittert – Bradleys Arm zu kurz ist. Das Oscar-Selfie der Simpsons setzt Ellens Smartphone in Szene und stellt nicht nur dar, wie Bradley mit einem Fußtritt Homer Simpson daran hindert, sich selbst mit ins Bild zu bringen, sondern auch, wie er, das Device in beiden Händen haltend, jenes virale Selfie knipst.

Das Simpsons-Bild belegt, dass ein Selfie keineswegs nur die narzisstische Botschaft »Ich knipse, also bin ich« vermittelt, wie Anne-Kathrin Gerstlauer am 10. August 2013 in der »FAZ« vermutete. Im gleichen Zuge vermittelt

ein Selfie: »Das Smartphone knipst, also sind wir« und: »Wir knipsen, also ist mein Smartphone«. Das in der Verbindung von Smartphone- oder Tablet-Gebrauch und den Praktiken sozialer Netzwerke entstandene Selfie ist mehr als eine Selbst-Technologie. Die wechselseitige Verfertigung von Individuen, Kollektiven und technischen Objekten – das zeichnet diese Technologie vor allem aus.

Unbestritten bleibt, dass »Selfing« sowohl Körpertechniken als auch Bildpraktiken der Selbstinszenierung und optimierten Selbstdarstellung einbezieht. In einschlägigen Foren und Blogs finden sich zahlreiche Anleitungen und Video-Tutorials, die beschreiben, wie das digitale Device am ausgestreckten Arm gedreht und gewendet werden muss, um »das Selbst« möglichst vorteilhaft ins Bild zu setzen. Außerdem gibt es Werbeseiten mit findigen Geschäftsideen, die erklären, was zu tun ist, wenn der Arm zu kurz ist (z.B. einen »Telescoping Selfie Arm« oder vielleicht gleich eine »Selfie-Drohne« kaufen) oder die Lichtverhältnisse zu schlecht sind (z.B. eine selbstleuchtende Smartphone-Hülle erwerben, die das Gesicht beim Fotografieren erstrahlen lässt). Freilich sind all diese Praktiken immer schon auf ein Kollektiv bezogen.

28

Ein Selfie ist stets ein Element in einer ganzen Selfie-Bilderserie, es weist auf zahlreiche »Selbste«, die an seiner Produktion und Verbreitung teilhaben. Das Selfie ist nicht nur gemeinschaftsbildend, weil es »das Selbst« gemeinsam mit seinen Freunden in einen Bildausschnitt gezwängt zu sehen gibt, sondern auch, weil es ein Kollektiv durch Wiederholung und Nachahmung ähnlicher Selfie-Praktiken webt, aus denen ähnliche Selfies hervorgehen: Neben Ellen DeGeneres twittern drei Millionen andere Twitter-User das mittlerweile bereits legendäre Oscar-Selfie. Und neben dem Simpson-Selfie zirkulieren viele andere parodistische Nachstellungen durch Lego- und Playmobil-Figuren, Marvel-Comic-Helden (mit Meryl Streep alias Professor X) sowie eine Collage, in der die Gesichter der Stars jeweils durch das Konterfei des berühmtesten Hundes der Social-Media-Kulturen, dem Shiba Inu des sogenannten »Doge-Memes«, überlagert sind.

Soziale Netzwerke wie Twitter oder Instagram kategorisieren diese ähnlichen Bilder und machen sie, neben- oder untereinander angeordnet, dem vergleichenden Blick zugänglich. Kurz nach dem Simpson-Tweet, der auf das Oscar-Selfie reagiert, gibt es eine wahre Explosion von Tweets (Hashtag »#simpsonselfie«): Die Selfie-Bildnisse zeigen Fans, die sich im Arm von überlebensgroßen Simpsons-Figuren in Vergnügungsparks selbst porträtieren, sowie zahlreiche andere, die sich vor ihrem Fernseher ablichten, in dem gerade eine »Simpsons«-Episode läuft: Selfie- und Simpsons-Fans mit sorgfältig lackierten Fingernägeln, auf denen die Protagonisten der Serie zu sehen sind, oder solche, die ihre Füße, die in pompösen, zweimal Homers Kopf nachbildenden Plüsch-Hausschuhen stecken, vor einem Fernsehapparat hochlegen, auf dem natürlich wiederum »The Simpsons« läuft.

Das selbst- und gemeinschaftsbildende ›Selfing‹ führt zur Emergenz von vielfältigen Selfie-Genres: Beliebt sind z.B. die »Duck Face-Selfies« mit Kuss-Schnute, »Bathroom Selfies«, vorzugsweise vor dem Badezimmerspiegel, in denen sich die Selbstbespiegelung multipliziert. Wer es etwas ausgefallener mag, erstellt entweder mit Hilfe der eigenen Hauskatze oder einer App eine Collage aus menschlichem und felinem Kopf und postet ein »Cat Beard-Selfie«. Neue Terminologien begleiten die sich herausbildenden Praktiken: »Welfies« (Workout-Selfies), »Suglys« (Ugly Selfies), »Relfies« (Relationship Selfies) oder »Ussies« (für das Selfie mit den Freunden) oder »Bifis« (Selfies im Bikini). Es gibt sogar ein Selfie-Genre (für den intellektuellen Bedarf), in dem der Smartphone-User ganz fehlen kann und stattdessen die eigene Bücherwand porträtiert – das »Shelfie«. Das Selfie ist eine Technologie, die in ihren zahlreichen Differenzierungen Individuen produziert, die Teil einer Selfie-Gemeinschaft sind – und Gemeinschaften, die sich über Individuen und Praktiken bestimmen, die an ihr teilhaben dürfen, ebenso wie durch diejenigen, die, wie Homer Simpson in der Oscarnacht, leider draußen bleiben müssen.

Das mobile Device ist nicht einfach Instrument des Selfings. Es transformiert sich mit den Individuen und Kollektiven, die es hervorbringt und die es gebrauchen. Der »unvorhergesehene Siegeszug des Handys«, das hat Erika Linz in ihrem Aufsatz »Konvergenzen« bereits 2008 herausgestellt, war nicht im technologischen Entwicklungsprozess angelegt, sondern in den »Aneignungspraktiken« der User. Das Mobiltelefon war zunächst als Erweiterung der Telekommunikation, als Autotelefon, konzipiert. Es hat sich jedoch stattdessen zu einer persönlichen, ja intimen, im Nahbereich des Users mitgeführten medialen Adresse entwickelt, die ständige Konnektivität ermöglicht. Gleichzeitig steigert sie die Erwartungshaltung einer orts- und zeitunabhängigen Erreichbarkeit in sozialen Beziehungen.

Das digital vernetzte Smartphone potenziert die persönliche Adressierbarkeit und vervielfältigt die Mediation eines sozialen Netzes. Das Smartphone als Gerät des multiplen Einsatzes konstituiert ein technisches Gegenüber, das sich in der Anwendung durch einen User prozessual und temporär verfestigt. Telefon, Kamera, Notizblock und Fotoalbum verweben sich in einem Gerät, das sich nicht mehr als ›das Medium‹, sondern vielmehr in Mediationsprozessen, einem pluralen ›Medien-Werden‹ und in Praktiken des Gebrauchs beschreiben lässt. Im Gebrauch kann das Gerät in kürzester Zeit vielfältige Medientransformationen vollziehen, sich z.B. vom Browser zum Videoplayer und dann zur interaktiven Karte wandeln.

Diese Wandlungsfähigkeit ermöglicht und bedingt auch die Selfie-Technologie: Auf ein und demselben Gerät wird das Porträt geknipst, bearbeitet, kommentiert und über Social-Media-Plattformen ge- bzw. verteilt. Ähnlich wie ganz zu Beginn der Handygeschichte lässt sich gegenwärtig beobachten,

wie Aneignungspraktiken – und auch das Selfing ist eine solche – das technische Objekt Smartphone um- und neu definieren.

Die Selfie-Technologie mit ihrem selbst- und gemeinschaftsbildenden Potenzial ist derart prägend für Smartphone-Gemeinschaften, dass die Geräteindustrie mit der Anfertigung dezidierter »Selfie-Smartphones« reagiert. Praktiken verändern die technologischen Bedingungen, die sie ermöglicht haben. So verspricht das »HTC Desire Eye«, das im Herbst 2014 auf den Markt kommt, dem Begehren nach dem perfekten Selfie nachzukommen. Keine Verrenkungen mehr, kein zu kurzer Arm, der wichtige Personen nicht ins Bild bringt, verspricht der Anbieter des Selfie-Smartphones, das neben einem erweiterten Winkel von Front- und Backkamera bessere Ausleuchtung und Auflösung der Selbstbespiegelung in Aussicht stellt.

Zur Selbstoptimierung stehen Tools bereit wie das »Auto Make Up«, das ungeschminkte Gesichter in Sekundenbruchteilen aufpeppt. Korrektoreffekte verbessern die Gesichter schon im Sucherbild, LED-Blitze garantieren perfekte Bilder, BSI-Sensoren gleichen schlechte Lichtverhältnisse aus, und die Option einer Fotoautomat-Ästhetik verspricht Retro-Look für Nostalgiefans. Statt akrobatische Übungen am ausgestreckten Arm zu verlangen, ermöglicht das »HTC Eye Desire« ein automatisches Auslösen des »Selfie-Modes«, sobald die der Frontkamera zugewendeten Gesichter statisch verbleiben oder lächeln. Im Sprachmodus wird die Kamera ausgelöst, wenn die Motive in ein lautes »Cheese« ausbrechen, bei Videos reagiert sie auf das Kommando »Action«. Mithilfe der Funktion »Split Capture« erzeugen die Kameras auf Vorder- und Rückseite gleichzeitig Fotos bzw. Videos. »Crop-Me-In« ersetzt den Hintergrund des Selfies durch das Bild der Rückseiten-Kamera.

30

Zwischen Versprechen und Zumutung verlagern sich die Körpertechniken der Verrenkung in das Selfie-Smartphone, das wiederum neue Techniken und Reaktionen des Users einfordert. Der Sprachmodus verlangt das korrekte »Cheese«, und auch Wackelbilder oder Grimassen könnten sich schwierig gestalten, wenn die Kamera auf das erlösende und auslösende Lächeln seines Gegenübers wartet. Zur wechselseitigen Anpassung und Verständigung gezwungen, schreiben sich in jede neue Technik der Erleichterung zugleich potenzielle Belastungen ein.

Die Beziehung zwischen Smartphone und User, zwischen Smartphone-User und Smartphone-Gemeinschaft ist komplex und bedarf in ihrer Flüchtigkeit und Bestimmungsoffenheit ständiger Austauschprozesse. Die Zirkulation und populärkulturelle Transformation des Oscar-Selfies beweist, welch virales Potenzial die Praktik des Selfings birgt. Man darf gespannt erwarten, wie diese Aneignungspraktiken das Selfie-Smartphone weiter transformieren. ◆