

Tobias Koch

Selfies

**Ein starkes Werkzeug für das
persönliche Impression Management**

Visuelle Inszenierung in sozialen Netzwerken

Koch, Tobias: Selfies – Ein starkes Werkzeug für das persönliche Impression Management: Visuelle Inszenierung in sozialen Netzwerken. Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2016

Buch-ISBN: 978-3-95850-841-5

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95850-341-0

Druck/Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2016

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Diplomica Verlag GmbH

Hermannstal 119k, 22119 Hamburg

<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2016

Printed in Germany

Zusammenfassung

Selfie ist der neue Begriff für ein altes und seit vielen Jahrhunderten praktiziertes Phänomen, das Selbstporträt. Von Beginn an diente die Porträtiertung der eigenen Person einem bestimmten Zweck, der Inszenierung des Selbst, einhergehend mit der Demonstration von Macht und dem Wunsch zu imponieren. Dieses Bestreben reicht bis in die heutige Zeit und kann auch auf dem Selfies beobachtet werden. Bei genauerer Betrachtung gibt es aber bei weitem mehr zu entdecken und die Motivation zur Erstellung dieser Bilder ist weitaus vielfältiger. Selfies erlauben den Menschen sich kreativ zu betätigen und mit der eigenen Identität auseinander zu setzen. Die visuelle Inszenierung erfolgt hier anhand gesellschaftlicher und kultureller Normvorstellungen im Sinne einer Idealisierung. Solche Normen und Wertvorstellungen gelten auch im Bezug auf ethische Prinzipien, welche jedoch für das Selfie nicht zwangsläufig einen Rahmen bilden. Aktuelle Erkenntnisse hinsichtlich der Deutung und Analyse von Bildern eröffnen neue Perspektiven und Interpretationsmöglichkeiten. Die folgende Arbeit ist eine theoretische Abhandlung, welche das Phänomen des Selfies in bereits länger diskutierte Themengebiete wie die Selbstdarstellung im Alltag, das Impression Management, aber auch die philosophischen Theorien zur ästhetischen Wahrnehmung einordnet.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	2
1. Einleitung.....	3
2. Fragestellung und Hypothesen.....	6
2.1. Methodik	7
2.2. Datenbasis	7
3. Literatur und Stand der Forschung.....	9
3.1. Geschichte der Selbstinszenierung in Malerei und Fotografie	9
3.1.1. Das (Selbst-)Porträt in der Malerei	10
3.1.2. Das (Selbst-)Porträt in der Fotografie.....	15
3.2. Selbstinszenierung im Alltag und Impression Management.....	21
3.2.1. Selbstdarstellung im Alltag nach Erving Goffman.....	22
3.2.2. Impression Management.....	23
3.3. Visuelle Wende in Social Media im Kontext der Ästhetisierung des gesellschaftlichen Lebens	25
4. Bildanalyse	29
4.1. Visuelle Selbstinszenierung prominenter Persönlichkeiten in sozialen Medien	29
4.1.1. Die Euphorischen	30
4.1.2. Das kontextvergessene Selfie	32
4.1.3. Das Prominenten-Spiegel-Selfie	35
4.1.4. Das PR-Selfie.....	39
4.2. Visuelle Selbstinszenierung junger Menschen im Alltagskontext in sozialen Medien	42
4.2.1. Die Facetten des Spiegel-Selfies	42
4.2.2. Das On-The-Top-Of-Selfie	49
4.2.3. Das ethisch fragliche Selfie	51
5. Schlussbetrachtung	54
Literaturverzeichnis.....	58
Quellen der Abbildungen	62

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Albrecht Dürer, Selbstbildnis im Pelzrock, 1500	10
Abbildung 2: Gemälde eines unbekanntes Malers im Stadtmuseum Lüdenscheid, das die Feiern zum `Tag von Potsdam´ 1933 in Lüdenscheid darstellt	13
Abbildung 3: Fritz Erler, Porträt des Führers, 1939	14
Abbildung 4: Robert Cornelius, Selbstporträt, 1839	15
Abbildung 5: Hippolyte Bayard, Selbstportrait als ertrunkener Mann, 1840	17
Abbildung 6: Anastasia Nikolajewna Romanowa, Selbstporträt, 1913	18
Abbildung 7: Stefan Moses, Selbstbildnis Theodor W. Adorno "Selbst im Spiegel", 1963.....	19
Abbildung 8: Cindy Sherman, Untitled Film Still, #3, 1977	20
Abbildung 9: Lukas Podolski, The Chancellor and me after the victory....., Selfie	30
Abbildung 10: Barack Obama knipst Selfie mit dem britischen Premier David Cameron und der dänischen Ministerpräsidentin Helle Thorning-Schmidt.....	33
Abbildung 11: Kim Kardashian, Spiegel-Selfie	36
Abbildung 12: Ellen DeGeneres, Oscar 2014 Selfie	40
Abbildung 13: Spiegel-Selfie - Junge Frau inszeniert sich vor einem Spiegel.....	43
Abbildung 14: Spiegel-Selfie - Junger Mann inszeniert sich vor einem Spiegel.....	45
Abbildung 15: Spiegel-Selfie, Junge Frau inszeniert sich in einer Umkleidekabine	47
Abbildung 16: On The Top Of Jesus, Selfie	50
Abbildung 17: Princess Breanna, Auschwitz-Selfie	51

1. Einleitung

Jeder kennt es und fast jeder hat es schon einmal getan. Manch einer macht es gelegentlich, ein anderer tut es täglich und Kim Kardashian veröffentlicht nun auch noch ein Buch darüber¹, das Selfie. Doch was ist ein Selfie eigentlich? Das Oxford Dictionary kürte im Jahr 2013 das Wort Selfie zum englischen Wort des Jahres und definiert es wie folgt:

„A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media.“

Ein Selfie ist also ein mit einem Smartphone, Tablet oder einer Webcam aufgenommenes Selbstporträt, das dazu bestimmt ist, über soziale Netzwerke geteilt zu werden. Diese Definition erweckt den Eindruck, als wären Selfies etwas vollkommen Neues, ein Phänomen der jungen Generation, der Digital Natives, doch ganz im Gegenteil. Eine Vielzahl bedeutender Persönlichkeiten aus Politik, Wissenschaft und Wirtschaft, sowie Kunst, Kultur oder Sport inszenieren sich seit Jahrhunderten in Form von Selbstporträts in der Malerei und Fotografie. Bedingt durch aktuelle technische Entwicklungen, wie moderne Smartphones und schnelle Internetverbindungen, ist es heutzutage fast jeder beliebigen Person zu jedem beliebigen Zeitpunkt von überall auf der Welt möglich, Selfies zu generieren und in soziale Netzwerke zu laden. Nach Goffman sind Menschen im Alltag kontinuierlich bewusst, wie auch unbewusst damit beschäftigt, sich selbst zu inszenieren.² Doch nicht nur im Alltag stellen sich Menschen selbst dar, auch in der Geschäftswelt wird es für den Einzelnen, aber auch für Unternehmen immer wichtiger ein gezieltes Impression Management zu betreiben, um einen gewünschten Eindruck in der öffentlichen Meinung zu hin-

¹ Vgl. o.V., <http://www.n24.de/n24/Nachrichten/Panorama/d/5206142/kim-kardashian-plant-selfie-buch.html>, abgerufen am 9. September 2014.

² In seinem 1959 veröffentlichten Buch *The Presentation Of Self In Everyday Life* beschreibt der Sozialwissenschaftler Erving Goffman, wie sich jeder Mensch im Alltag, ob bewusst oder unbewusst, selbst inszeniert sobald sich dieser im sozialen Kontakt mit anderen befindet.