
Florian Hareter, Anna Maria Loffredo

Me, my selfie & I: Jugendliche Identitätsskripte auf Instagram – Eine kunstpädagogisch orientierte Erörterung

Rund 15 Jahre ist es her, dass das Wort »Selfie« entstanden ist. Es bezeichnet eine Fotografie in Art eines Selbstporträts, d. h. mit einer Handykamera auf Armeslänge aus der eigenen Hand aufgenommen. Selfies können aber auch mehrere Personen abbilden und sind oft Mittel sozialer Netzwerke. Erstmals soll das Wort »Selfie« 2002 in einem australischen Online-Forum aufgetaucht sein. Ab 2004 wurde es mit einem Hashtag versehen und online vorgeschlagwortet: #selfie. Aber erst um 2012 soll »Selfie« dann bei Mainstream-Medien allgemein üblich geworden sein. Kurz darauf wurde es 2013 zum englischen »Wort des Jahres« gekürt. Mittlerweile hat sich die Bezeichnung als Anglizismus in unseren Sprachgebrauch widerspruchlos integriert. Denn sie ist kurz und bündig. Mit ihr lässt sich ein Wandel in der Gesellschaft und besonders das Verhältnis zwischen den analog und digital sozialisierten Generationen prägnant klassifizieren.¹

Technische Entwicklungen reagieren auf marktwirtschaftliche und kulturelle Trends und so werden Selfie-Sticks mit Stab als Armverlängerung für den Fotografen und Apps entwickelt, bei denen z. B. das iPhone direkt einen eigenen Selfie-Ordner in der Fotomediathek anlegt. Während die Selfie-Manie täglich mit einer unvorstellbaren Masse an digitalen »Egoporträts« das Web 2.0-Nirwana flutet, geht der Kunstwissenschaftler und -historiker Wolfgang Ullrich davon aus, dass es sich bei der Bilderfülle in den Social Media insgesamt um einen erstmaligen und zunehmenden »Bildersozialismus« der Gegenwart handle.² Der Medienwissenschaftler Ramón Reichert sieht hingegen weniger das nivellierende

Moment im Online-Bildverkehr als zentral an, sondern er bezeichnet »Instagram als technisch-mediales Management-Tool von sozialer Vertikalität und Asymmetrie«³ der jugendlichen Lebenswelten. Diese gegensätzlichen Einschätzungen werden im Folgenden vergleichend an wesentlichen Dimensionen der Social Media skizziert.

Vom Original zur Massenware

Im Folgenden werden die ästhetischen Chancen und Risiken der »new media ecology«⁴, wie der Medienwissenschaftler Lev Manovich das Verhältnis zwischen Produzenten und Konsumenten als zwei kaum noch unterscheidbare Positionen in der Social Media-Dynamik benennt, mit einer historischen Blickführung zur Gattung Selbstporträt als Konsequenz für die Fachdidaktik diskutiert. Im Zentrum stehen dabei die Fragen, inwiefern das Selfie als Korrelat kunsthistorischer Selbstporträts gelten kann. Ebenso ist zu diskutieren, welchen Einfluss Social Media auf den Vorgang der Subjektivierung von Jugendlichen nehmen.

Ullrichs These, es handle sich bei dem gegenwärtigen Phänomen um einen sogenannten »Bildersozialismus«, setzt an dem Umstand an, dass die Produktion, die Herstellung und der Vertrieb von Bildern nicht mehr exklusiv seien. Im Gegenteil haben viele Menschen Zugang zu Bildern und ihrer Herstellung. Historisch betrachtet, begrenzten die aufwendigen analogen Mittel wie Stifte, Farben und Papier sowie die überschaubaren Ausstellungsorte noch den Wirk- und Veröffentlichungsradius vieler bildnerisch engagierter Menschen. Ein

erster Schritt in Richtung erhöhter Publikationsrate sei durch die weiterentwickelten Reproduktionstechniken von Postkarten erfolgt, woraus Ullrich folgert, dass das Original nicht mehr nur von Wenigen betrachtet wurde, sondern zahllose Reproduktionen in Umlauf waren. Dennoch lagen die Herstellungskosten verhältnismäßig hoch, weswegen die heutige digitale Fotografie die Werk-Betrachter-Frequenz einerseits, die Herstellung-Veröffentlichung-Frequenz andererseits um ein Vielfaches potenzierte. Ullrichs Begriffswahl greift neben dem politisch-philosophischen Verständnis in Bezug auf die Produktionsmittel ebenso das gemeinschaftsstiftende Moment damit auf, d. h. es geht ihm tatsächlich um das Soziale an den Social Media. Der Aspekt, dass fast ausschließlich nur noch repräsentable Bilder erzeugt werden, indem integrierte Bildbearbeitungs-Apps selbst amateurhaften Usern professionell unter die Arme greifen, beschleunigt den Vorgang zwischen Produktion und Distribution mit nur noch wenigen Clicks. Somit ist das Smartphone das universelle Werkzeug der publizierenden und einer sich ständig im »sozialen Austausch« befindenden Social Media-Gesellschaft.⁵ Es prägt maßgeblich die Dynamik zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung in Quantität und Qualität, insbesondere bei Jugendlichen. Gleichzeitig suchen mittlerweile professionelle Blogger fernab eines Wifi-Anschlusses Entschleunigung darin, in abgelegenen Almhütten wie z. B. in der Steiermark »Offline-Urlaub« zu machen.⁶

Die einstigen Basis-Funktionen des Mobiltelefons reichen weit über die ursprüngliche Entwicklungsidee hinaus. Inzwischen übernimmt der Miniapparat Smartphone Funktionen eines transportablen Computers, vereint Kalender, Fotoapparat, Videokamera, Videoscreen unter einem Gehäuse und markiert als Prestigeobjekt eine soziale Distinktion, das sich zusätzlich in

imageverstärkende Hüllen (Swarowski-Steinchen, Slogans, Retrocassetten, Comicfiguren mit Ohren usw.) präsentieren kann. Seitdem sich das Smartphone in unserer Gesellschaft als gestalterisches Werkzeug etabliert hat, versuchen zudem mehr Menschen damit »Kunst« zu produzieren. In der Schule wird es auch zunehmend für bildnerische Prozesse im Kunstunterricht genutzt.⁷ An diesem Punkt stoßen sich Kritiker, die Kunst zwar auch nicht gänzlich zu definieren verstehen, jedoch mindestens eine gewahrte Einzigartigkeit und Originalität, Ausstellungskontexte in Museen und Galerien sowie ein Kunststudium vorzusetzen, um eben nicht Massenbildproduktionen in den Social Media mit Kunst zu verwechseln. Ullrich gießt sozusagen Öl ins alte Feuer der High-Low-Debatte.

Likes 4 Likes

Die sogenannten Digital Natives sind eine Generation, bei denen der Online-Transfer von Bildern und audiovisuellen Elementen so selbstverständlich wie der Austausch von Worten ist. Instagram, als ein exemplarisches mediales Dispositiv jugendlicher Lebensstile, dient der täglichen Identitätsarbeit und bringt neue Bedingungen der herkömmlichen Face-to-Face-Interaktion hervor. Bilder sind deswegen neben der Sprache zu einer allgemein genutzten Kommunikationsform in den »Social Communities« geworden. Diese Communities haben meistens eine eigene Struktur, in der Follower ihren Lieblingsbloggern folgen und von diesen mit Bildinhalten »gefüttert« werden. Im Gegenzug erhalten die Blogger sogenannte »Likes« und mit etwas Glück werden diese Bildinhalte durch ein »Teilen« weiter publiziert, sprich es findet ein »Sharing« statt. In dieser Betrachtung sind die Vorgänge durchaus als sozial zu verstehen. Die Vergemeinschaftung vollzieht sich über den ständigen Austausch

und so entsteht zwangsläufig zwischen den beiden Polen eine Art Abhängigkeitsverhältnis mit einer besonderen Eigendynamik. Dabei wird die Abhängigkeit nicht ausschließlich negativ von den Usern verstanden, sondern es liegt ein Mehrwert darin, dass dies ebenso als partizipativ-aktivierend oder bildnerisch- bzw. unternehmerisch-kreativ bis hin zu neuen Berufsfeldern in der Breite wirkt. Im Zuge dieser wechselseitigen Dynamik gegenüber den Followern herrscht zu einem bestimmten Grad auch eine Verantwortung ihnen gegenüber. Man möchte gegenüber den Fans präsent bleiben. Dies gelingt mit Bildern und Kurzvideos einfacher als mit Worten. Beliebte Bildinhalte sind z. B. Fotos von Essen, die unter dem #foodporn (Abb. 1) veröffentlicht werden.



Abb. 1 Screenshot einer Google-Bildersuche zu #foodporn

Dieser Hashtag dient sprichwörtlich als »Feed« für Interessierte als Verlinkung zu ästhetisierten Fotos von Essen. Ullrich erklärt, diese Praktik diene dazu, andere an der eigenen Lebensfreude teilhaben zu lassen. Man zeige sich dankbar, indem man das gute Essen nicht alleine genieße, das Erlebnis mit seinen Fans teilen und gleichzeitig die eigene Glaubwürdigkeit steigern möchte.⁸ Wirft man Ullrich in der Argumentation einen banalisierenden Blick auf das Potenzial der Social Media vor, verwirft man die Tatsache, dass es noch vor den Social Media etliche TV-Kochshows und

Kochmagazine gab, die von einer Vielzahl von Konsumenten genutzt wurden, weil sich sonst ein Angebot marktwirtschaftlich nicht halten würde. Im konkreten Fall des Essens wissen wir seit Norbert Elias, dass es seit jeher sowohl der sozialen Anschlussfähigkeit als auch der sozialen Distinktion dient.

Der Medienwissenschaftler Ramón Reichert weist auf die daraus resultierenden Verschiebungen in den biografischen Kernnarrationen in der Identitätsarbeit von Jugendlichen hin, weil sie früher als gewohnt beginnen, sich mit solchen Themenfeldern auseinander zu setzen.⁹ Aus kunstpädagogischer Sicht können kunsthistorische Bezüge zu Stilllebenarten wie Prunk-, Obst- und Gemüse-, Küchen- und Marktstillleben hergestellt werden, wie die Bilder jeweils zeitgeschichtliche Normen und Werte mittels Ernährung dokumentieren, ohne mit einer bewahrpädagogischen Aufklärungstendenz wertend vorzugehen, ob nun vegane, Bio-, Rohkost-, Ovo-Lacto-Veggie-, Paleo- oder Low Carb-Ernährung normativ zu verfolgen seien. Damals wie heute haben Jugendliche ihre Ernährungspräferenzen mitunter im Widerstreit zu ihrem elterlichen Haushalt als milieuspezifische Repräsentationen eigenverantwortlich zu wählen, wofür der Kunstunterricht lediglich Reflexionsangebote im Helmke'schen Sinne unterbreiten kann. Medienpädagogisch betrachtet, haben schon Groschenromane Bewahrpädagogen auf die Barrikaden geholt. – Neue Medien, alte Mechanismen!¹⁰

Emojis als Sprachersatz

Nach dem Publizieren der Bilder oder Videos erwarten die Blogger eine Reaktion zum hochgeladenen Material. Diese Reaktionen treten meistens in Form von schriftlichen Kommentaren auf, die mit Emojis versehen sind. Emojis haben viele Aufgaben, wenn es um Kommunikation

geht. Sie verkörpern Gefühle und stehen als Symbole z. B. für Essen, Berufe oder Tiere. Deswegen wurde auch Angela Merkel in einem von der Bundesregierung eingeholten Interview mit den prominentesten Youtubern und Bloggern 2017 gefragt, welches denn ihr Lieblingsemoji sei. Schließlich geht es im Wahlkampf darum, junge Wähler mit ihren Alltagsthemen anzusprechen. Auch wenn Emojis wie Bilder medial erscheinen, ist es jedoch ihre Aufgabe, wie Worte zu funktionieren. Ihre Verwendung gleicht den typografischen Hervorhebungen wie etwa Kursiva. Sie verdeutlichen dadurch die angewandte Schriftsprache und machen den aktuellen Gefühlszustand – unterhaltsam – sichtbar. Ein besonders treffendes Sprach-Bild-Spiel hat der Blogger und Twitterer Sebastian Hartmann mit seinen Followern unternommen, indem sie mit lediglich zwei Emojis Bildende Künstler humorvoll charakterisieren (Abb. 2).

Seitdem das MoMA 2016 mit einer Ausstellung die 176 Original-Designs von Shigetaka Kurita in die Sammlung aufgenommen hat, sind Emojis nun im Hoheitsgebiet der Kunst angekommen. Ursprünglich hatte der japanische Designer die aus heutiger Sicht stark pixelige Reihe für die 1999er Handy-Ära entworfen, für die nur eine 12 x 12 Pixel-Auflösung zur Verfügung stand. Im Jahr 2011 integrierte das iPhone von Apple die piktoralen Codierungen als universelle digitale Sprache und entwickelt diese dem Zeitgeist entsprechend zunehmend unter Gender- und Racial-Diversity-Gesichtspunkten weiter, Farbabstufungen von Hauttypen, Männer-Frauen-Berufe, jugendkulturelle Handzeichen u.a.m. (Abb. 3 u. 4). Selfies erfüllen den gleichen Zweck wie Emojis. Sie sind die Selbstporträts der publizierenden Personen und wollen wie auch die Emojis den aktuellen Gefühlszustand, den Status quo oder die Lebenssituation ohne viele Worte »instant«, also sofort, dokumentieren. Teilweise dienen sie als



Abb. 2 Emojii-Kombinationen zu Bildenden Künstlern, 2015



Abb. 3 Designs von Shigetaka Kurita



Abb. 4 Racial Diversity-Emojis

evidenzbasierter Authentizitätsbeweis, wer wann wen, wie, wo, warum getroffen hat. Sie gehen wie die Emojis meistens in eine reaktive Kommunikation über.

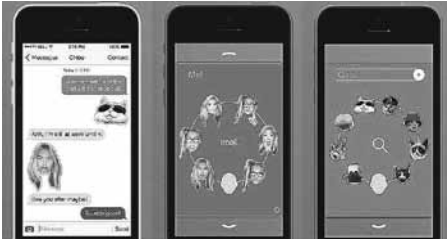


Abb. 5 »Imoji«-App

Die 2014 entwickelte App »Imoji« ermöglicht es, seine personalisierten Emojis aus Selfies zu generieren; daher die Zentrierung des Ichs in der Wortschöpfung. Vergleichbar mit den Werkzeugen von Adobe Photoshop kann man bestimmte Gesichtspartien freistellen und mit anderen grafischen Mitteln ergänzen (Abb. 5). Man transferiert sich selbst zu einem individuell-abstrakten Emoji. »Noch aufschlussreicher sind vor allem bei Instagram zahlreich auftauchende Selfie-Tableaus, auf denen die Akteure nicht nur in verschiedenen – vier, sechs oder neun – Posen zu sehen sind, sondern auch das diesen jeweils korrespondierende Emoticon in die Bilder einmontiert ist«¹¹, beschreibt Ullrich die Fusion von Selfies und Emojis als Weltsprache. Gleichzeitig sind Selfies und Emojis heute zu einem universal gültigen Code der Kommunikation geworden. Sie überqueren durch den Verzicht von Schriftsprache eine der größten globalen Hürden in der Verständigung, die Sprache selbst. Selfies und Emojis formieren einerseits den Beginn einer weltumspannenden Kommunikation, andererseits tragen sie zur Schematisierung von Mimik und Gestik bei.

#nofilter als Sinnbild inszenierter Wahrhaftigkeit

Fotofilter sind neben den Emojis ein wichtiges Stilmittel, die sich durch die Entwicklung digitaler Apps in ihrer Funktion ver-

ändert haben. In den Anfangszeiten der Filterfunktionen wurden sie hauptsächlich dafür eingesetzt, um die amateurhaften Resultate zu »verschönern«. Mit bestimmten Funktionen wie dem Weichzeichner oder der Helligkeitsanpassung ist es inzwischen möglich geworden, den ästhetischen Eindruck noch weiter zu steigern. Durch den kommunikativen Bedeutungswandel der Selfies hat sich ebenso der Einsatz ihrer Gestaltungsmittel verändert. Durch warme oder kühle Farbschleier kann der aktuelle Gemütszustand verstärkt zum Ausdruck gebracht werden. Die Vermittlung einer melancholischen oder analogen Retro-Stimmung ermöglicht beispielsweise die Nutzung eines Sepia-Filters. Dieses Gestalten per Filter kann u. a. auf Andy Warhol zurückgeführt werden. Der Pop-Art-Künstler hat in den 1970er-Jahren neben seinen Malereien und massenhaften Siebdrucken mit Polaroid-Fotos seinen Alltag dokumentiert. Er hat damals kein minder prominentes Leben geführt hat, als es heute das Web 2.0 ermöglicht (Abb. 6).

Durch die chemische Reaktion des Fotomaterials hat er eine eigene Ästhetik als Referenz für die heutige Anwendung der



Abb. 6 Andy Warhol: Selbstporträt mit Polaroidkamera, o. J.

digitalen Filter visionär entworfen. Mit Hilfe von #nofilter werden gegenwärtig Bilder markiert, die in den Augen der Bildautoren schon so gut gelungen sind, dass auf jegliche Korrekturmaßnahmen verzichtet werden kann und die Bilder schon so als *wahr* wahrgenommen werden können. Es wird auf den Plattformen geradezu damit gewetteifert, »gute« und authentische Fotos ohne Hilfestellung herstellen zu können. Ähnlich wie der #nomakeup, der sich als Kontra-Anschlusskommunikation zum Schönheitswahn bei Selfies erhebt, nehmen im Endeffekt doch Licht, Einstellung und Winkel Einfluss auf die Aufnahme. Tritt der Fall ein, dass Puder- oder Conceilerreste von den aufmerksamen und genau prüfenden Followern entdeckt werden, bleibt ein sogenannter »Shitstorm« insbesondere bei Prominenten nicht aus, weil die fehlgeleitete Wahrnehmung schließlich den selbst auferlegten Gestaltungskodex untergräbt (Abb. 7).¹² Bei Jugendlichen kann die negative Resonanz in den Social Media zu einer Selbstwahrnehmungskrise führen, wenn nicht weitere Sozialisationsagenten ein Alternativbild spiegeln können. Genauso gut kann aber eine Aus- und Abgrenzung im Klassenraum unter den Mitschülern stattfinden, wenn sich z. B. Schüler als Manga-Fans und Cosplayers inszenieren und von lokalen Normen abweichen.

Instagram und Kunst

Ullrich zieht in der Frage des Korrelats wie folgt Bilanz: »So nahe Selfies den Emoticons stehen, so weit entfernt sind sie von Selbstportraits aus der Geschichte der Kunst.«¹³ Bei traditionellen Selbstbildnissen der Kunstgeschichte ginge es, so Ullrich, den Künstlern hauptsächlich darum, einen psychischen Prozess zu dokumentieren oder der Nachwelt ein nachhalti-



Abb. 7 Screenshot bei nofilter

ges Abbild von sich zu hinterlassen. Doch die Produzenten von Selfies denken nicht mehr an die Nachwelt, sie sind temporär orientiert. Das Selfie sei, führt Ullrich fort, für den Autor ein Mittel, um sich spontan und gut vernetzt zu zeigen. Selfies seien Bilder des »Jetzt«, werden zukünftig wenig Bedeutung haben und schnell wieder vergessen werden.¹⁴ Von Online-Sharing-Plattformen, wie z. B. Snapchat oder Periscope, wird daher hochgeladenes Bildmaterial schon gar nicht mehr gespeichert. Es ist nur noch für einen begrenzten Zeitraum für die Community sichtbar.

Während Ullrich keine Kausallinie vom Selfie zurück in die Kunstgeschichte ziehen will, ist sich der US-amerikanische Fotograf Stephen Shore hingegen sicher: »Warhol would have loved it.«¹⁵ Der Pop-Art-Künstler habe schließlich wie heutige Teenager sein Leben in der Factory tageweise mit der Polaroid-Sofortkamera protokolliert. Durch den quadratischen Bildausschnitt



Abb. 8 Altes und neues Instagram-Logo

und die Nutzung von Filtern kann Warhol durchaus als ästhetischer Vorläufer für die Automodellage im Instant-Sharing-Service in Betracht gezogen werden.¹⁶ Denn diese Skripte werden auf Instagram im charakteristischen quadratischen Bildausschnitt mit Bildern und Videos als »soziale Währung«¹⁷ gepflegt. Abgesehen davon hätten Warhols Tomatensuppen natürlich unter #foodporn längst viral gehen können, wenn es das Internet als massentaugliches Organ damals schon gegeben hätte. Auch das alte, bis Mitte 2016 verwendete Instagram-Logo war einer Polaroid-Kamera nachempfunden. Es steht neben den typischen Fotoeffekten und Vignettierungen für den Rekurs auf die als »ehrlich« wahrgenommene analoge Sofortaufnahme (Abb. 8).

Stephen Shore führt drei Kriterien für seine eigene künstlerische Arbeit in der Reihe »The Art of Instagram« des Londoner Tate Modern Museums weiter aus: »First is its notational aspect. By this I mean it celebrates images that are diaristic, that are brief glances, that are visual jottings, that are one-liners. It accepts complexity, but doesn't demand it.«¹⁸ Die visuellen Notationen, wie Shore Instagram-Bilder nennt, werden wie die Emojis von Shigetaka Kurita auch als ebenbürtige künstlerische Werke gehandelt, wie man in der 2016 stattgefundenen Londoner Ausstellung »Performing for the Camera« an Amalia Ulmans Arbeiten sehen konnte. Die von der Forbes-Liste 2017 als eine der 30 ein-



Abb. 9 Amalia Ulman: aus der Serie »Excellences & Perfections«, 2015



Abb. 10 Kim Kardashian: Bathroom-Selfie

flussreichsten Personen unter 30 Jahren in der Kategorie »Art & Style« geführte Künstlerin Ulman hat auf Instagram ein Alter-Ego von sich geschaffen in der kunstgeschichtlichen Linie zu Cindy Sherman bzw. Yasumura Morimura, Andy Warhol oder eben Marcel Duchamp. Sie konnte mittlerweile 136.000 Beobachter online dafür gewinnen. Seit 2014 zeigt sich Ulman mit It-Girl-Ambitionen, hier in einem verdächtig aufgeräumten Badezimmer und klarer kompositorischer Setzung rücklings (Abb. 9) in Selfie-Queen-Kim Kardashian-Manier (Abb. 10). Sie löst ihr fiktives Vor-

gehen erst nach zwei Jahren als eine Langzeitperformance unter dem Titel »Excellences & Perfections« auf, die als Werkreihe im New Yorker New Museum digitalisiert archiviert wird.¹⁹ Ihre künstlerische Strategie kann als Metaempowerment-Konzept von Bild- bzw. Medienkompetenz gesehen werden und als solche v. a. in den kunstpädagogischen Handlungsfeldern der Rezeption und Reflexion implementiert werden. Ein eigenes Fake-Profil mit Schülern online im Handlungsfeld Produktion zu erschaffen, könnte allein wegen einer fehlenden Volljährigkeit rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Werden Selfies als eine Form von modernen Selbstporträts begriffen, könnten sie weiterführend formal und inhaltlich mit den Ich-dokumentarischen Werken der Malerin Frida Kahlo und/oder der Fotografin Vivian Maier in Verbindung gesetzt werden.

Selfies in Museen

Nicht nur in Zeitungsartikeln, sondern auch in Ausstellungen werden Selfies zunehmend in Verbindung mit Kunst gebracht. Ausstellungen im Jahr 2015 wie »Ego Update« im NRW-Forum Düsseldorf oder »Ich bin hier. Von Rembrandt zum Selfie« in der Staatlichen Kunsthalle Karlsruhe sowie »From Selfie to Self-Expression« der Londoner Saatchy-Gallery 2017 unterstreichen das kunsttheoretische Interesse an der digitalen Selbstaufnahme.²⁰ In der Karlsruher Ausstellung ging es hauptsächlich darum herauszufinden, wie sich der Mensch im Laufe der Jahrhunderte selbst inszeniert hat. Die Ausstellung umfasste rund 100 Werke aus unterschiedlichen Epochen der traditionellen Selbstbeschauung bis hin zu Ai Weiwei. Er hat praktisch das Selfie zur Kunstform gemacht, indem er sich in der Fahrstuhlspiegelung mit chinesischen Polizeibeamten nach einer Verhaftung zeigt. Durch seine

Blogging-Strategie potenziert Ai Weiwei das öffentliche Interesse an sich und an der sozial-politischen Situation in seinem Heimatland China. Hierdurch nutzt Ai Weiwei den sozialen Aufmerksamkeitswert auf Instagram als »kosoziiales Environment«²¹, d. h. Selfies sind nicht mehr, wie von Ullrich beschrieben, als die vergänglichen Wortbilder einer transkulturellen Sprache zu verstehen, sondern sie tauchen mittels Hashtagging als ein »eindringliches Verfahren der anonymen Kollaboration«²² mit politischer Solidarität auf. Sie provozieren Anschlusskommunikationen, halten den Protagonisten und/oder seine Message im Umlauf und erzeugen so umso deutlicher ein eigenes Agenda-Setting.

Fachdidaktisches Fazit

Durch die oft gleichen Posen auf Selfies wird man häufig dazu verleitet, diese in eine Art »Pathosformel« (Aby Warburg) einzustufen, wodurch sie wieder an Bedeutung für das gängige Kunstverständnis und ihre Didaktisierung gewinnen könnten. Aby Warburg werde laut den Kulturwissenschaftlern Ursula Frohne und Christian Katti in dem Fall bemüht, um dem schier unüberschaubaren und komplex kodifizierten Narzissmuskult von Jugendlichen eine strukturgebende Intention zu entlocken.²³ Als Pionier der modernen Bildwissenschaft sammelte Warburg in seiner Recherche Bilder, die nicht chronologisch, sondern assoziativ auf der Grundlage des kulturellen Gedächtnisses ein Beziehungsgerüst in Herstellung und Sinngebung entfalten (Abb. 11). Durch seine systematischen und begründeten Bezüge konnte er beweisen, dass Gestik und Mimik zumeist formelhaft eingesetzt werden, um Schlüsseleemotionen und Kernthemen zu überliefern. Selfie-Produzenten nutzen nach Ullrich in ihrer Vorgehensweise vielmehr Bekanntes wie z. B. die Emojis.²⁴

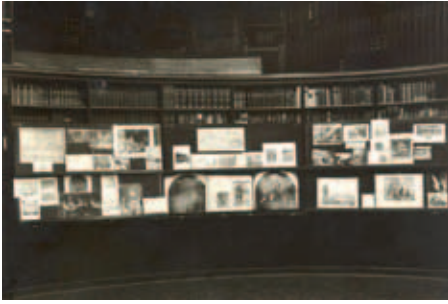


Abb. 11 Aby Warburg: aus dem »Mnemosyne-Atlas«, 1924–1929

Dennoch gilt es zukünftig zu prüfen, ob sich inmitten des Selfie-Bilderkosmos eine eigene Kanonisierung von präferierten Kompositionsschemata und Bildthemen etabliert hat. Dies könnte transdisziplinär im Kunst- und Sozialwissenschaftsunterricht z. B. mittels Mapping untersucht und erfasst werden. So könnte der Frage nachgegangen werden, ob sich milieubedingte Merkmale oder auch Mischformen ablesen lassen.²⁵ Daneben haben mittlerweile neue Disziplinen wie Selfie- und Social-Media-Design das traditionelle Design-Verständnis erweitert, was im Kunstunterricht Berücksichtigung finden sollte.²⁶ Selfies können einerseits einen privaten Bezug haben und schnell wieder in Vergessenheit geraten, aber andererseits auch öffentliche ikonenhafte Qualitäten annehmen, wie z. B. das bekannte Selfie der Schauspielerin Ellen DeGeneres, das im Rahmen einer Oscar-Verleihung 2014 entstand (Abb. 12).

Spätestens nachdem das Selfie mit der deutschen Bundeskanzlerin (Abb. 13), das Anas Modamami als syrischer Flüchtling in seinem ersten Monat in Deutschland geschossen hat, im Jahresrückblick 2015 in der Zeitschrift »Stern« gezeigt wurde, verweist das selbstaufgenommene Porträt auf eine politische sowie eine rechtliche Dimension. Dieses verdient im Kontext

ästhetischer Urteilsbildung im Kunstunterricht eine achtsame Auseinandersetzung, wenn Bildkompetenz leitende didaktische Intention bedeutet. Der Fall verdeutlicht eine zeitliche Schleife mit negativen Folgen, weil das zunächst gefeierte Selfie von dem damals 19-Jährigen eine virale Schlagseite erhält. Denn Unbekannte, offensichtlich mit einer »rechten Gesinnung«, haben sein Selfie bei Facebook systematisch als »Fake News« instrumentalisiert. Er wurde gezielt mit den Brüsseler und Berliner Anschlägen in Zusammenhang gebracht und dabei als mutmaßlicher Terrorist denunziert. Modamami hat 2017 deswegen ein entsprechendes Rechtsver-



Abb. 12 Selfie von Ellen DeGeneres



Abb. 13 Angela Merkel und Anas Modamami beim Selfie, 2016

fahren wegen Verleumdung eingeleitet. Dieser Fall weckte internationale Aufmerksamkeit und warf die Frage auf, wie man die Risiken von Social Media rechtlich konsequent bewältigen kann. Einmal bei Facebook getätigte Einträge sind nur schwer zu löschen und werden eben nicht vergessen, sie bleiben ganz und gar nicht nur im »Jetzt« und verflüchtigen sich nicht. Im Gegenteil, sie führen ein potenziell unkontrollierbares Eigenleben im Identitätskript von Jugendlichen. Eine andere Facette gezielter Selfie-Strategien, die auch im Unterricht Beachtung finden sollte, ist das sogenannte »Group Selfie«. Es gewinnt insbesondere in Wahlkampf-Zeiten an Bedeutung. Ein Beispiel dafür zeigt die Abbildung 14, eine Szene aus dem letzten US-amerikanischen Wahlkampf. Die Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton steht während einer ihrer Wahlkampf-Auftritte erhöht auf einem kleinen Podest und eine Masse von Teilnehmern ist dabei, sich per Selfie mit ihr zu verbinden. Ein solcher fotografischer Vorgang ist fest im Ablauf einer derartigen politischen Veranstaltung eingeplant.

Fachdidaktisch ist bedeutsam, dass ein eigenverantwortlicher Umgang mit Social Media nicht erst bei der Schülergeneration beginnen sollte. Denn auch Lehramtsstudierende, die mittlerweile selbst aus der Generation der Digital Natives stammen, gehen z. T. trotz der zur Verfügung stehen-



Abb. 14 Hillary Clinton auf einem Wahlkampf-Event in Orlando/Florida, 2016

den Privacy-Einstellungen auf Instagram bedingt weitsichtig mit ihrer zukünftigen Rolle als Vorbild in der Institution Schule um.

Abbildungsnachweis

- Abb. 1: Screenshot einer Google-Bildersuche zu #foodporn; https://www.google.de/search?q=%23foodporn&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKewi_5eOJ_rLTahVJLVAKHSo-gA3QQ_AUIBigB&biw=1410&bih=1177 (20.04.2017)
- Abb. 2: Emojis-Kombinationen zu Bildenden Künstlern, 2015; http://logbuch.labelizer.de/wp-content/uploads/2015/07/emojis_kunst.jpg (20.04.2017)
- Abb. 3: Installationssicht der *Inbox: The Original Emoji*, by Shigetaka Kurita im Museum of Modern Art, New York. Zeigt: Shigetaka Kurita, NTT DOCOMO. Emoji (original set of 176). 1998–99. Software and digital image files. Geschenk von NTT DOCOMO Inc., Japan. © 2016 NTT DOCOMO. Foto: John Wronn. <https://www.moma.org/calendar/exhibitions/3639?locale=en> (20.04.2017)
- Abb. 4: Ausschnitt aus der Racial Diversity-Erweiterung des Emoji-Design-Sets; http://www.etonline.com/news/2015/02/24134063/set_emoji_diverse.jpg (20.04.2017)
- Abb. 5: Beispiel Imoji-App.; <http://s3.amazonaws.com/digitaltrends-uploads-prod/2014/07/imoji.jpg> (20.04.2017)
- Abb. 6: Andy Warhol, Selbstporträt mit Polaroidkamera, o. J.; http://culturacolectiva.com/wp-content/uploads/2014/01/U_36_233556707938_andywithpolaroid.jpg (20.04.2017)
- Abb. 7: Screenshot eigenes iPhone bei #-Suche nofilter
- Abb. 8: Altes und neues Instagram-Logo; <http://i2.wp.com/thenextdigit.com/wp-content/uploads/2016/05/old-and-new-instagram-logo.jpg?resize=618%2C349> (20.04.2017)
- Abb. 9: Amalia Ulman aus der Serie »Excellences & Perfections« (2015); http://www.monopol-magazin.de/sites/default/files/Anika_Meier_Amalia_Ulman.jpg (20.04.2017).
- Abb. 10: Kim Kardashian: Bathroom-Selfie; <http://assets.vogue.com/photos/5891562b85b39596184734f2/master/pass/bathroom-selfie-kim-kardashian.jpg> (20.04.2017)

- Abb. 11: Aby M. Warburg, »Mnemosyne-Atlas«, 1924–1929, Mnemosyne-Atlas, Tafeln der Rembrandt-Ausstellung, 1926, Fotografie, © Warburg; Institute, London. <http://www.mediaartnet.org/werke/mnemosyne/> (20.04.2017)
- Abb. 12: Twitter-Account von Ellen DeGeneres.; [recordhttps://twitter.com/theellenshow/status/44032224407314432](https://twitter.com/theellenshow/status/44032224407314432) (20.04.2017)
- Abb. 13: Angela Merkel und Anas Modamami beim Selfie. © picture alliance/REUTERS
- Abb. 14: Hillary Clinton auf einem Wahlkampf-Event in Orlando, Florida; <http://edition.cnn.com/2016/09/26/politics/hillary-clinton-crowd-selfie-goes-viral/> (20.04.2017)
- 8 Ullrich 2017 (Anm. 2), S. 60
- 9 Reichert 2017 (Anm. 3), S. 90
- 10 Süss, Daniel – Lampert, Claudia – Wijnen, Christine W.: Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden 2010, S. 54
- 11 Ullrich, Wolfgang: Selfies als Weltsprache (2015). In: <https://ideenfreiheit.files.wordpress.com/2015/10/selfies-als-weltsprache1.pdf> (20.04.2017)
- 12 Zu dem Wechselverhältnis von analogen und digitalen Bildbearbeitungen und ihrer Metareflexion siehe das Unterrichtsbeispiel einer Pro- und Contra-Diskussion im Zick-Zack-Verfahren bei Loffredo, Anna Maria: Darf eine Person gephotostopt werden? Urteilen zwischen Ästhetik und Ethik im Kunstunterricht. In: Bering, Kunibert – Hölscher, Stefan – Niehoff, Rolf – Pauls, Karina (Hgg.): Ästhetisches Handeln von Kindern und Jugendlichen. Ergebnisse kunstdidaktischer Grundlagenforschung. Oberhausen 2012, S. 11–29
- 13 Ullrich 2017 (Anm. 2), S. 36; Ullrich nutzt hier den Begriff »Emoticon« synonym für »Emoji«!
- 14 Ullrich 2017 (Anm. 2), S. 58
- 15 Farrell, Aimee: Stephen Shore Loves Instagram (and Thinks Warhol Would Have, Too) (2015). In: <http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2015/05/20/stephen-shore-instagram-photo-london-somerset-house/> (20.04.2017)
- 16 Frohne, Ursula – Katti, Christian: Selfie-Übergriffe. In: POP. Kultur und Kritik 6/2015, S. 31–36
- 17 Reichert (Anm. 3), S. 92
- 18 Tate Modern London: The Art of Instagram: Stephen Shore (2015). In: <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/art-of-instagram-stephen-shore> (20.04.2017)
- 19 www.amaliaulman.eu (20.04.2017); vgl. auch Reichert, Ramón: Selfie-Culture. Kollektives Bildhandeln 2.0. In: POP. Kultur und Kritik 7/2015, S. 86–96
- 20 <http://www.nrw-forum.de/ausstellungen/ego-update> (20.04.2017); <http://www.kunsthalle-karlsruhe.de/de/ausstellungen/rueckblick/ausstellungsueckblick-2016/ich-bin-hier.html> (20.04.2017); <http://www.saatchigallery.com/selfie/> (20.04.2017)
- 21 Reichert 2017 (Anm. 3), S. 89
- 22 Ebd.
- 23 Frohne/Katti 2015 (Anm. 16), S. 31 f.
- 24 Ullrich 2017 (Anm. 2)

Anmerkungen

- 1 Siehe dazu auch: Scheffler, Ina: Spiegelung, Kulisse und Konsum – Rezeption und Produktion historischer und zeitgenössischer (Selbst-)Porträts als ein Problem der Kunstdidaktik?. In: Bering, Kunibert – Niehoff, Rolf (Hgg.): Bild-/KunstGeschichte. Kunstpädagogische Anregungen. Oberhausen 2015, S. 59–67
- 2 Ullrich, Wolfgang: Bildersozialismus. In: Loffredo, Anna Maria (Hg.): Transit Kunst/ Universität. Grenzgänge fachdidaktischer Diskurse. München 2017, S. 57–65
- 3 Reichert, Ramón: Branded Selves. Inszenierung von Reichtum und Prestige auf Instagram. In: Sonvilla-Weiss, Stefan (Hg.): VIS A VIS Medien. Kunst. Bildung. Lebenswirklichkeiten und kreative Potentiale der Digital Natives. Berlin – Boston 2017, S. 85–104, hier: S. 86
- 4 Manovich, Lev: Remix Strategies in Social Media. In: Navas, Eduardo – Gallagher, Owen – xtine burrough (Hgg.): The Routledge Companion to Remix Studies. New York 2015/2017, S. 135–153, hier: S. 135
- 5 Ullrich 2017 (Anm. 2), S. 58
- 6 <https://www.steiermark.com/de/urlaub/regeneration-wellness/offline-urlaub> (18.09.2017)
- 7 Unterrichtsbeispiele für die Verwendung des Handys als Gestaltungsmittel sind früh bei folgenden Kunstpädagogen zu finden: Küchmeister, Klaus: MobileMovie-Hamburg – Urbane Mobilität im künstlerischen Handyfilm. Kunstunterricht zur Film- und Medienbildung mit außerschulischen Kooperationspartnern. In: BDK-Mitteilungen 2/2013, S. 6–9; Camuka, Ahmet – Peez, Georg: Kollaboration mittels Apps für Smartphones und Tablets. In: Kunst+Unterricht 407–408/2016, S. 37–43

25 Vgl. Warburgs Bilderatlas als kunstdidaktisches Handlungsparadigma bei Busse, Klaus-Peter: Kunst unterrichten. Die Vermittlung von Kunstgeschichte und künstlerischem Arbeiten. Oberhausen 2015

26 Carius, Karl-Eckhard: Designpädagogik. Das neue Fach zu denken – fällt schwer. In: Park, June H. (Hg.): Didaktik des Designs. München 2016, S. 14–18, hier: S. 18