

EVA
OER

CHRISTIAN
COHRS



GENERATION
SELFIE

riva

oberflächlich? Auch das ist ein beliebter Vorwurf. Was heißt es etwa, wenn wir bei Tinder unser Liebesglück einer App anvertrauen, bei der wir in Sekunden Fotos potenzieller Partner liken oder verwerfen? Wie verändert sich unser Urlaub, wenn wir auch während der Auszeit vom Alltag permanent Selfies mit den Freunden daheim teilen? Was passiert, wenn Politiker sich in den sozialen Netzen als nahbar und menschlich inszenieren – aber dabei ihre Inhalte in den Hintergrund rücken?

Selfies sind längst der abgeschlossenen Welt der sozialen Medien entwachsen. Sie stoßen juristische Diskurse an, wenn aus dem Selfie, das ein breit grinsender Makake von sich schoss, nachdem er eine Kamera stibitzt hatte, eine Debatte über das Urheberrecht an diesem Foto wird. Manchmal werden sie gar zum Beruf, wenn die Einsnuller-Abiturientin Pamela Reif, Lieblingsfach Mathe, gegenüber *welt.de* sagt, sie habe sich als 17-Jährige »gegen ein Studium und für Instagram entschieden«,¹ worin man durchaus eine ökonomisch-rationale Entscheidung sehen darf, weil sie als Fitnessmodel mit Ganzkörper-Bildern ziemlich viel Geld verdient und das BWL-Studium daher noch warten kann.

Es ist also sogar ziemlich kompliziert mit den Selfies. Erst recht, wenn man sich bewusst macht, dass es auch um Austausch geht, um Kommunikation. Wir lassen unsere Freunde ja nicht nur bei unserem Leben zuschauen, wenn wir ein Selfie mit ihnen teilen. Wir lassen sie vielmehr durch dieses Selfie teilhaben und auf uns zurückwirken, wenn sie unsere Fotos liken oder Kommentare dazu posten. Wer etwa regelmäßig nach dem Besuch im Sportstudio Selfies postet, die seine Fortschritte auf dem Weg zum Sixpack zeigen, der will damit vermutlich immer etwas angeben. Aber er möchte auch Lob von seinen Freunden für sein Durchhaltevermögen bekommen. Oder Zuspruch, wenn es um den Willen gerade nicht so gut bestellt ist. Es geht beim Selfie also um eine wechselseitige Beziehung von Menschen.

Darum sollte mehr als nur schlichte Eitelkeit entdecken wollen, wer ein Selfie betrachtet. Zum Beispiel das Medium des 21. Jahrhunderts – das sehen wir zumindest darin.

#selfienation – Willkommen im egozentrischen Jahrhundert

Gehen wir noch einmal zurück an den Anfang: Was ist ein Selfie? Noch vor wenigen Jahren dürfte kaum jemand ansatzweise eine Antwort auf diese Frage gehabt haben. Heute dagegen wissen es selbst unsere Eltern. Zumindest den Teil der Antwort, der das Offensichtliche beschreibt: Ein Selfie ist ein Selbstporträt, das jemand in der Regel mit seinem Smartphone schießt. Dieses hält er sich mit ausgestrecktem Arm vor das Gesicht oder er benutzt einen Selfiestick als künstliche Verlängerung, um den ganzen Körper, weitere Personen, die Landschaft im Hintergrund mit aufs Foto zu bekommen.

Entscheidend aber ist das weniger Offensichtliche: Ein wesentliches Merkmal des Selfies ist es, dass das Bild mit anderen über soziale Medien geteilt wird – sei es öffentlich oder nur mit einer bestimmten Gruppe oder gar nur einer einzelnen Person. Theoretisch ist es natürlich schon ein Selfie, ehe man es für andere sichtbar veröffentlicht. Aber grundsätzlich gilt, ein Selfie soll gesehen werden – sonst würden die meisten gar nicht erst gemacht. Erst durch das Teilen wird ein Selbstporträt zum Medium der Kommunikation.

Klar, die Botschaft muss nicht sonderlich subtil sein. Ein Selfie mit Sombrero auf dem Kopf, Cocktail in der Hand, Beachbar im Hintergrund und einem hübschen Farbfilter drüber heißt eben einfach: Hier verbringt jemand gerade eine gute Zeit. Und genau darum geht es. Dank sozialer Medien sieht der Empfänger das

Bild nur wenige Sekunden, nachdem es entstanden ist. Er erfährt, was der Absender macht, und kann unmittelbar reagieren: indem er das Bild liket, einen neidischen Kommentar postet, mit einem eigenen Feierabend-Selfie reagiert oder sich selbst auf den Weg zur Strandbar macht. Das ist nur ein Beispiel aus der unüberschaubar gewordenen Zahl von Spielarten, in denen uns Selfies begegnen. Auf einige werden wir in der Folge noch näher eingehen. Festzuhalten bleibt zunächst einmal: Selfies sind Fotos, die es nur gibt, weil wir anderen etwas über uns mitteilen – und vielleicht auch etwas Aufmerksamkeit erhalten – möchten.

#WhatsApp: Mit der Messenger-App lassen sich Nachrichten, Fotos, Videos kostenlos und webbasiert über das Handy austauschen. Dabei können nicht nur zwei Personen miteinander kommunizieren, sondern auch mehrere einem Chat beitreten.

Inzwischen vergeht kein Tag, ohne dass uns Selfies in irgendeiner Form begegnen. In der Zeitung oder im Internet lesen wir, dass Kim Kardashian sich mal wieder und noch ein bisschen nackter porträtiert hat oder ein weiterer Mensch beim

Versuch gestorben ist, sich mit einer Waffe oder einem Bären oder einem Tornado zu fotografieren. Ganz unmittelbar durch all die Schnappschüsse, die wir und unsere Freunde machen und dann über soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram miteinander teilen oder uns per Messenger wie **WhatsApp** und Snapchat schicken. Wir machen Selfies im Badezimmer, um unser perfektes Ausgeh-Makeup zu dokumentieren, und wir machen welche, wenn wir später im Morgengrauen zerrüttet aus dem Club wanken. Selfies aus dem Urlaub, Selfies während endloser, fader Bahnfahrten. Wir fotografieren und teilen alles. Sogar unsere Geschlechtsteile. Also, manche machen das.

Es sind immerhin so viele, dass das eher bizarr anmutende Phänomen des Intim-Selfies einigen Anteil am rasanten Aufstieg

von Snapchat zur schnellstwachsenden Social Media-Plattform hatte. Die App, bei der es eigentlich nur um das Verschicken von Selfie-Fotos und -Videos geht, wurde nach Firmenangaben in den USA im Sommer 2016 bereits von über 40 Prozent der Smartphone-Besitzer im Alter von 13 bis 34 benutzt. Das Besondere: Die Bedienung ist verglichen mit Facebook oder WhatsApp ziemlich kompliziert, was Eltern fernhält. Wer also nicht mit Selfies von Papa und seinem neuen Aufsitz-Rasenmäher behelligt werden will, ist hier richtig. Zweiter, entscheidender Erfolgsfaktor von Snapchat: Fotos und Videos von Gesichtern, oder halt Penissen, können nur einige Sekunden lang betrachtet werden, dann verschwinden sie – es sei denn, man weiß, wie die App ausgetrickst werden kann.

Eltern und andere alte Leute mögen sich fragen: Was taugt ein Handyprogramm zum Verschicken von Fotos, das alle Bilder gleich wieder löscht? Gegenfrage: Wer glaubt wirklich, jedes einzelne Selfie sei aufhebenswert, oder geht davon aus, dass man sie am Ende seines Lebens ausdrucken und in ein Album kleben will – alle 25 676? Eben.

25 676: So viele Selfies wird jeder von uns durchschnittlich im Laufe seines Lebens von sich machen. Eine Ende 2015 veröffentlichte Studie hat diese absurd konkrete Zahl ermittelt.² Streng wissenschaftlichen Kriterien genügt die Untersuchung zwar nicht – was man auch nicht erwarten darf, wenn der Auftraggeber ein Hersteller von Zahnweißmitteln ist. Vollkommen unplausibel klingt die Zahl von 25 676 Selfies jedoch nicht: Man müsste dafür nur 70 Jahre lang jeden Tag ein Selbstporträt schießen. Klar, die Mehrheit der Menschen, die erst im Erwachsenenalter mit Smartphones in Berührung kam, wird Mühe haben, sich auch nur ein vierstelliges Ergebnis zusammenzuknipsen. Für viele Teenager dagegen sollten rund 25 000 Selfies ein locker zu erreichendes Lebensziel sein. Zum Vergleich: In ein klassisches Flip-Album – das

sind die, bei denen Fotoabzüge reingesteckt und anschließend von oben nach unten durchgeblättert werden können – passen 100 Bilder. Man würde also über 250 dieser Alben brauchen, um das Werk eines durchschnittlichen Selfie-Maniacs zu archivieren.

Ganz egal, ob es sich dabei dann um sorgsam komponierte Selbstporträts oder verwackelte Momentaufnahmen handelt, ein so gigantisches und dabei extrem persönliches Fotoalbum würde ein Panorama ergeben, das ein nicht unbedingt wahrhaftigeres, dafür aber bunteres und lebendigeres Bild eines Lebens zeichnet als jedes Tagebuch. Dazu wird es jedoch vermutlich nicht kommen. Kaum jemand dürfte sich später die Mühe machen, all seine abgelegten Handys noch einmal hervorzukramen und mit arthritischen Fingern durch die Fotoordner zu scrollen, um Selfies aus seligeren Zeiten zusammenzuklauben. Wozu auch? Denn wie bei jedem Phänomen, das seinen Ursprung im Kosmos der sozialen Medien hat, geht es auch beim Selfie allein um die Gegenwart. Man fotografiert sich und teilt das Bild mit anderen, um ihnen mitzuteilen, mit wem und warum man wo gerade ist oder vor Kurzem war. Doch zugleich unterscheidet sich das Selfie in einem Punkt von anderen Social Media-Hypes: Normalerweise tauchen die so plötzlich auf, wie sie nach einer kurzen Phase der Allgegenwärtigkeit wieder verschwinden, um bald vergessen zu werden. Anders formuliert: Wer kann auf Anhieb noch sagen, welcher Krankheit die »Ice Bucket Challenge« mehr Aufmerksamkeit verschaffen sollte? erinnert sich jemand, was der »Harlem Shake« war? Und hat irgendwer eine Ahnung, wie alt Success Kid inzwischen ist?

Der Charakter des Selfies unterscheidet sich von diesen Web-Witzchen und Social Media-Sternchen mit überschaubarer Halbwertszeit. Zunächst mag es so ausgesehen haben, als wären die Selbstporträts mit Duckface, dem Möchtegernsexy-Schmollmund, nur eine weitere Sau, die einmal durch das globale Dorf