

EVA  
OER

CHRISTIAN  
COHRS

# # GENERATION # SELFIE

© des Titels »Generation Selfie« (ISBN 978-3-86883-923-4)  
2016 by riva Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH, München  
Nähere Informationen unter: <http://www.riva-verlag.de>

**riva**

»Als es losging mit den Selfies,  
hab ich mich manchmal gefragt, ob sich Menschen,  
wenn sie fotografiert werden, auch abnutzen wie die Bilder  
im Louvre und ob ich mir ein Schild umhängen  
sollte: Bitte ohne Blitz.«

Friedrich Liechtenstein: Museumstag<sup>1</sup>

# 1. #butfirstletmetakeaselfie

## Vorwort

Ach bitte, nicht noch so ein Generationen-Buch. Wie viele Generationen schon haben wir kommen und wieder gehen sehen ... die Generation Golf natürlich, die Generation Doof, die Generation Beziehungsunfähig. Schon fast vergessen: die Generationen Maybe, Mama, Ally, Allah, Ost und Laminat. Generation um Generation wurde uns vorgesetzt, von A bis X, Y, Z. Man kennt diese Bücher ja, wo irgendein x-beliebiges Symbol oder Zeitgeistphänomen herbeigezerrt und zum Stellvertreter einer ganzen Alterskohorte aufgebauscht wird. Und nun also schreiben wir auch so ein Buch – über die »Generation Selfie«? Da weiß doch jeder, was drinsteht, ehe er überhaupt reingeblättert hat. Wir ahnen sie schon, die »Schade um die Bäume«-Rezensionen bei Amazon. Was soll's, als Arbeitstitel taugt »Generation Selfie« ja erst einmal – bis uns was Besseres einfällt. Dachten wir.

Dass unser vermeintlicher Arbeitstitel nun tatsächlich auf dem Cover steht, liegt daran, dass er passt. Beim Recherchieren, Diskutieren und Schreiben dieses Buchs wurde uns nämlich eins immer klarer: Das Selfie ist tatsächlich das perfekte Symbol, um unsere Gegenwart, die Gesellschaft, in der wir leben, zu beschreiben. Denn es ist mehr als nur ein digitales Spieglein an der Wand für Narzissten. Innerhalb von ein paar Jahren konnte es sich als eine neue Form der Kommunikation etablieren. Weil das Selfie ideal ist für den nonverbalen Austausch über **soziale Medien**: visuell, schnell erfassbar, gerne witzig, ein bisschen oberflächlich vielleicht, auch etwas eitel, manchmal sogar sehr. Aber immer weckt

## # Soziale Medien/Social Media:

Der Begriff fasst digitale Medien und Technologien zusammen, mit denen Menschen interagieren und Inhalte wie etwa Videos und Bilder teilen können.

es Emotionen im Betrachter, und bei aller Inszenierung und Fassadenhaftigkeit steckt in jedem Selfie stets auch ein bisschen von dem Menschen, der das Foto von sich geschossen hat. Manchmal sogar ziemlich viel.

Umgekehrt nehmen Selfies – ausgerechnet die! – wachsenden Einfluss auf unser Leben: Sie prägen, wie wir unsere Körper wahrnehmen, sie ändern unsere Art zu reisen und den Blick auf unser Essen, sie beeinflussen, was wir kaufen und wen wir als Partner oder als Freund wählen. Das sind zumindest für uns gute Gründe, sich einmal eingehender mit ihm auseinanderzusetzen. #butfirstletmetakeaselfie.

## 2. #awesome

# Die Generation Selfie und wie sie die Welt sieht

Anfang 2016, eine Meute Urlauber steht am Strand des argentinischen Badeorts Santa Teresita im seichten Wasser. Zwischen ihren Füßen schwimmt ein hilfloser Baby-Delfin, den wohl die Strömung ans Ufer getrieben hat. Dann greift ein Mann in schwarz-weiß gestreiften Badeshorts beherzt zu, hebt das Tier aus dem Wasser und trägt es fort. Nicht etwa ins tiefere Wasser, sondern in Richtung Strand, wo er den kleinen Delfin auf den Sand legt. Die Meute ist ihm gefolgt und bildet abermals einen Kreis. Kinder streicheln das reglose Tier. An dieser Stelle bricht der kurze Film ab. Doch Bilder, die auf **Facebook** gepostet wurden, zeigen, was anschließend geschah: Der Delfin wurde herumgereicht, die Leute machten Fotos mit der immer noch reglosen Kreatur. Kurze Zeit später, berichteten Medien, sei der Delfin schließlich verendet – offenbar dehydriert, weil er der Sonneneinstrahlung zu lange schutzlos ausgeliefert war.

**# Facebook:** Das größte soziale Netzwerk der westlichen Welt. User legen dort ein Profil an und können sich mit anderen verbinden. Will man auf Facebook jemandes Freund werden, schickt man der Person eine Freundschaftsanfrage, die diese beantworten muss. Auch Unternehmen können hier Seiten anlegen, um sich zu präsentieren. Das Netzwerk gehört zu Facebook Inc. Der Konzern besitzt auch die Fotosharing-App Instagram und den Messenger WhatsApp.

Wenige Tage später, diesmal in Mazedonien: Dort ist es eine bulgarische Touristin, die einen Schwan am Flügel aus einem See gezerrt hat, um mit ihm ein Selfie zu schießen. Es folgt die gleiche Tragödie: Der Vogel liegt reglos da, bis auch er stirbt.

Und so geht es immer weiter, wenn auch zum Glück nicht immer mit tödlichem Ausgang: In Neuseeland kämpften die Ranger eines Naturparks mit Besuchern, die nicht einsehen wollten, dass es für ein Seehundjunges nicht weniger Stress bedeutet, wenn sie selbst zwar etwas auf Distanz gehen, dafür aber mit einem Selfiestick direkt vor den Tierkindern herumfuchtelten, um diese aus größtmöglicher Nähe fotografieren zu können. In Indien vermöbelte ein genervter Elefant mit seinem Rüssel einen Mann, obwohl der ihn für

ein gemeinsames Foto sogar mit Bananen bestechen wollte. In Australien wollte ein Tourist trotz Warnung vor den wilden Tieren auf sein Foto mit einem Affen auf seinen Schultern nicht verzichten. Er bezahlte sein An-

sinnen mit mehreren Bisswunden am Kopf. Einen Mann aus Kalifornien kostete der Versuch, ein Selfie mit Klapperschlange zu ergattern, beinahe eine Hand. Nur knapp entging er einer Amputation.

Meldungen wie diese tauchen regelmäßig in den Feeds unserer sozialen Medien auf. Einige Geschichten schaffen es sogar auf Panorama-Seiten der gedruckten Tageszeitungen. Die Reaktionen bewegen sich stets zwischen Wut und Empörung oder Håme über diese Trottel – je nachdem, für wen die Fotosession im konkreten Fall schlecht ausgegangen ist. Tatsächlich gibt uns die Generation Selfie reichlich Anlass, die Menschen des 21. Jahrhunderts für unglaublich dumm zu halten.

Doch gleichzeitig sind wir auch ein bisschen gruselig-fasziniert. Es scheint da eine mächtige Kraft zu geben, die einige von uns jed-

**Twitter:** Ein Mikroblogging-Dienst, mit dem Nutzer maximal 140 Zeichen lange Mitteilungen veröffentlichen können, die sogenannten Tweets.

wedes Gespür für Gefahr verlieren und manche sogar zu Tiermördern werden lässt, sobald sich die Gelegenheit für ein spektakuläres Selfie bietet. Eine Faszination, die manchen das eigene Leben kostet, weil Leute in verstörender Regelmäßigkeit beim Selfie-Schießen von Klippen stürzen, auf Eisenbahngleisen von einem Zug erfasst, durch eine Welle von der Kaimauer gepflückt oder auf sonstige unglückliche Art und Weise dahingerafft werden.

Wir könnten es uns jetzt einfach machen und behaupten, diese Anziehungskraft ließe sich mit einer simplen Formel berechnen: »Ich + x = n Likes«.

Wobei das »x« all das sein kann, neben, über, unter oder mit dem man sich fotografiert und von dem man sich Anerkennung in den sozialen Netzwerken von Facebook über **Twitter** bis **Instagram** verspricht: Ich + Justin Bieber. Ich + drolliges Quokka auf dem Arm. Ich + blitzneuer BBQ-Monstergrill im Garten. Aber ist es wirklich so einfach?

Schaut man sich an, was bei Instagram so alles unter dem Hashtag #selfie hochgeladen wird, ist »x« gerne auch mal ziemlich unspektakulär. Dort finden sich jede Menge Menschen in Autos, neben Topfpflanzen, vor Badezimmerfliesen, beim Fahrstuhlfahren, Babys küssend, Flunschmäuler ziehend, die eigenen Bauchmuskeln im Spiegel fotografierend, essend, rauchend, im Bett, fröhlich, traurig, sichtlich gelangweilt oder einfach nichtssagend zum Betrachter blickend. Kurz: Kein Alltagsfitzelchen scheint der Generation Selfie zu banal, um es nicht mit der ganzen Welt **teilen** zu wollen. Und sie wird gleichzeitig nicht müde, in den Kommentar-Hashtags zu ihren Fotos die vermeintliche Großartigkeit noch des strunzfadesten Moments zu beschwören: #awesome, #pictureoftheday, #wasistdasfür1life.

**# Instagram:** Ein Fotodienst, mit dem Fotos von den Usern mit Filtern bearbeitet werden und dann zum Austausch auf ihre Profile hochgeladen werden können.

Was ist das für eine Jugend, fragen sich dagegen die **Snapchat**-Nichtversther und blicken Antwort suchend in Richtung von Psychologen und Pädagogen, auf dass diese ihnen endlich erklären, was um alles in der Welt die jungen Leute dazu bewegt, sich im Internet halbnackt zu präsentieren. Die klassische Experten-Antwort: die Suche nach Anerkennung.

**Teilen/Share:** Der Vorgang des Teilens/Sharings bezeichnet im Internet, vor allem in Social Media, das Posten bestimmter Inhalte wie Videos, Fotos etc., sodass andere Nutzer eines Mediums diese Inhalte auch sehen und kommentieren können.

Wir vermuten, es geht um viel mehr. Wer sich nicht zu schade ist, ein schreiend ödes Selbstporträt vor einer Yukka-Palme zu veröffentlichen, dem geht es nicht allein um schnöde Likes.

Angesichts der Wucht, mit der sich das Selfie in unsere Social Media-Feeds gedrängt und in unserem Alltag eingemischt hat, reicht es nicht aus, das ganze Phänomen mit einer etwas überspannten Form von Selbstverliebtheit zu erklären. Wir glauben vielmehr, dass Selfies für etwas stehen. Nämlich – so viel Pathos darf zum Auftakt ruhig

mal sein – für eine neue Art und Weise, mit der Welt in Verbindung zu treten. Wir sehen im Selfie so etwas wie die sichtbare Oberfläche einer Welt, in der wir unser Leben immer stärker mit den sozialen Netzwerken verschränken – wenn nicht sogar es in Teilen dorthin verlagern. Das Selfie ist in unseren Augen das

**Snapchat:** Mit dem Messenger lassen sich Fotos oder kurze Videos verschicken, die sich nach einer vom Absender bestimmten Zeit selbst löschen. Auch Bilderserien (»Stories«) lassen sich erstellen. Eine Funktion, die Instagram übernommen hat.

bedeutendste Phänomen der Gegenwart, mit dem Menschen heute ihrer Persönlichkeit Ausdruck verleihen und den Kontakt zu anderen suchen.



Dabei beschränken wir unsere Betrachtung der Generation Selfie nicht auf die Selbstporträts, die sie mit ihren Smartphones macht. Wir glauben, man kann sie nur dann ausreichend erfassen, wenn zu den klassischen Selfies außerdem all das hinzuge-rechnet wird, was zur virtuellen Selbstinszenierung über soziale Medien geteilt wird: von Fitness-Daten, die das smarte Sport-

**Wearable** automatisch auf das Facebook-Profil hochlädt, bis zu Check-ins, mit denen öffentlich sichtbar wird, wer sich mit wem an einem bestimmten Ort befindet. Für uns liegt darin das Definierende der Generation Selfie: Ihre Angehörigen posten auf verschiedensten Plattformen permanent diverse Informationen über sich – Schnappschüsse, Anekdoten, Aufenthaltsorte, Körperdaten, lauter Facetten und Fragmente, aus denen sich schließlich ihr digitales Alter Ego zusammensetzt.

Man muss also nicht zwangsläufig den ganzen Tag Bilder von sich selbst machen, um Teil der Generation Selfie zu sein. Wir denken: Im Grunde reicht es schon, regelmäßig soziale Netzwerke aktiv zur Darstellung der eigenen Social Media-Persönlichkeit zu nutzen – mit dem einen oder anderen Selfie hier und da ... Deswegen ist es auch nicht ganz einfach, die Generation einer festen Alterskohorte zuzuordnen.

Aus der reinen Anschauung ergeben sich gewisse Überschneidungen mit den sogenannten Millennials, auch Generation Y genannt. Das sind grob gesagt alle, die zwischen 1980 und der Jahrtausendwende geboren wurden. Was insofern passt, als diesen Millennials der Ruf vorauseilt, ein arg ich-bezogenes Individualistenpack zu sein, das sich nicht in die Nine-to-Five-Arbeitswelt ihrer Eltern eingliedern will, sondern Spaß in ihrem täglichen Tun

#  
**Wearable:** Tragbare Mini-Computer, wie zum Beispiel Fitnessarmbänder, die auswerten, wieviele Schritte der Träger geht und wie lange er bei welcher Geschwindigkeit joggt.

fordert. Wichtiger als die Arbeitsmoral der Millennials ist für uns, dass man sie noch unter einem weiteren Soziologen-Buzzword versammeln kann: Digital Natives, also im Unterschied zu früheren Generationen (diese nennt man Digital Immigrants) komplett mit digitalen Technologien Aufgewachsene.

Natürlich finden sich auch reichlich Selfie-versessene Ältere oder Smartphone-abstinente Jüngere. Aber wir denken – und sehen – es ja bei Instagram: Besonders unter den Spätgeborenen der Millennials sowie den noch Jüngeren tummeln sich extrem begnadete Selbstdarsteller. Im Gegensatz zu den Prä-Digital-Natives, vulgo alten Leuten, haben sie die Kompetenz und vor allem den Willen, wirklich jede Möglichkeit auszunutzen, die Inszenierungen ihres Alltags auf einfachste Art und Weise mit anderen Menschen zu teilen. Die Lust an und das Ausmaß der freiwilligen Selbstentblößung lässt auch den wohlgesinnten Betrachter mitunter zweifeln, ob die jungen Menschen eigentlich überblicken, was sie alles ins Web stellen. Der Generation Selfie selbst bereitet es jedoch eher Kopfschmerzen, wenn im Urlaub das Hotel-WLAN ausgefallen ist und sie eine Woche lang keine Status-Updates absenden kann.

Wir wollen nicht per se eine ganze Kohorte als schlechter, selbstverliebter und dümmer brandmarken. Die Jugend von heute und so ... Aber die Generation Selfie ist – wie jede neue Generation – anders als die vorherige. Sie ist extrem offen gegenüber technischen Neuheiten und scheut sich nicht, damit zu experimentieren. Sie zeigt sich dabei so schamlos, dass sich zwangsläufig die Frage stellt, was sie antreibt. Wie kann eine ganze Generation so narzisstisch sein (um gleich mal direkt zum Standardvorwurf zu kommen)?

Mit der Lust an der eitlen Selbstbespiegelung und ihren Triebfeuern werden wir uns noch eingehend befassen. Ebenso mit einem Paradoxon: Ausgerechnet die Digital Natives, deren quasi-natürliches Habitat die sozialen Netzwerke sind, die doch einst als Schau-

fenster der Individualität gefeiert wurden, sie glotzen uns aus Facebook, Instagram und Snapchat in seltsamer Uniformität an. Allerorten die gleichen Fotoschnuten, das gleiche Street-Food und die gleichen Tattoos. Gerade dort, wo sich ihre Verschiedenheit austoben könnte, unterwirft sich die Generation Selfie der Konformität.

Liegt das, um noch einmal den Generalvorwurf Selbstverliebtheit zu streifen, womöglich daran, dass es bei den Selfies vor allem um Anerkennung geht, die in den sozialen Netzwerken nur eine Währung hat: Likes? Denn gereckte Daumen wie bei Facebook oder Herzchen wie bei Twitter und Instagram erlangt man nun einmal am schnellsten, wenn man seine Bilder mit

**Hashtags** versieht, die gerade trenden (also besonders populär sind). Denn so erreicht man ein umso größeres Publikum. Geht es bei den Selfies also am Ende gar nicht mehr um einen selbst, sondern um das, was andere liken? Aber wie passt das zu den Selfies mit den Yuccapalmen?

Es ist also kompliziert mit den Selfies. Darum scheint uns eine differenziertere Auseinandersetzung lohnend. Allein schon, um vorbereitet zu sein. Denn unsere Welt, wie sie sich in den sozialen Medien darstellt, wird immer visueller und damit der Welt der Generation Selfie immer ähnlicher. Wird sie irgendwann genauso

**# Hashtag:** Durch die Kombination von Raute-Zeichen («#«, auf Englisch: hash) und bestimmten Begriffen oder Phrasen werden Inhalte in sozialen Netzwerken und Blogs von ihren Erstellern verschlagwortet und so für andere Nutzer gezielt auffindbar gemacht. Hashtags können dabei allgemein bekannte Abkürzungen sein (etwa #wtf, kurz für »what the fuck«, als Ausdruck des Erstaunens), einzelne Begriffe (#selfie) oder ganze Sätze (#youarewhatyoueat, »Du bist, was du isst« als Kommentar zu Fotos des eigenen Essens). Ist ein Hashtag unter den aktuell am meisten benutzten, »trendet« er – und der eigene Beitrag hat größere Chancen, weite Verbreitung zu finden.

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«,<sup>1</sup> 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.

## #selfiation – 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.<sup>2</sup> 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



getrieben wird, ehe die Selfie-Nummer sich dann auch schon wieder erledigt hat. Doch das war ein Irrtum. Das Selfie kam und blieb. Sicher, die Duckface-Schnuten wurden bald langweilig und daher abgelöst durch Belfies, Fotos vom eigenen Hintern, bis auch die langweilig wurden und die nächste Inkarnation des Selfies auftauchte und so weiter. Was ist diesmal anders?

Wir glauben: Das Duckface war ein Selfie-Witz, bei dem wir mitgemacht haben – Selfies an sich, das sind wir.

## Eine kurze Geschichte des Selfies

Natürlich war Nathan Hope betrunken, als er am 13. September 2002 das Selfie erfand. Also nicht wirklich erfand, aber doch der Erste war, der ein Foto von sich – in diesem Fall eine Nahaufnahme seiner im Suff zerschundenen Unterlippe – als »Selfie« bezeichnete und es in einem Online-Forum hochlud. Dazu schrieb der Australier: »Ähm, betrunken beim 21. von einem Kumpel ...« Hingefallen sei er und habe sich mit einem Zahn ein Loch durch die Lippe gebissen. Dann entschuldigt er sich noch für die unscharfe Aufnahme: »Es war ein Selfie.«

Seitdem hat das Selfie eine sensationelle Karriere hingelegt, die allerdings recht gemächlich begann. Im Laufe des Jahres 2004 etablierte sich der Begriff auf der Foto-Sharing-Plattform Flickr langsam als Bezeichnung für Selbstporträts. Am 22. April des Folgejahres fand es als »selfy« Aufnahme ins Urban Dictionary, ein Online-Slang-Wörterbuch. Darunter stand als Erläuterung, es handele sich dabei um Selbstporträts von Teenie-Mädchen.

2007 tauchte das Selfie erstmals außerhalb der Welt von **Blogs** und Foto-Sharing-Seiten auf, als das Klatschportal *TMZ* über eine Schauspielerin berichtete, die mit einem Fan ein Foto machte. 2009 verfasste ein Nutzer des Urban Dictionary einen Eintrag zum »Selfie«, das nun als Selbstporträt zur Verwendung in sozialen Netzwerken wie MySpace und Facebook beschrieben wurde.

Im Jahr 2010 erschien schließlich das iPhone 4, das erste Modell von Apple, das eine zweite Kamera auf der Display-Seite des Geräts eingebaut hatte. Dadurch konnten sich die Nutzer beim Fotografieren auf dem Display beobachten, was die Chance deutlich erhöhte, Selfies zu schießen, auf denen man auch komplett zu sehen war – und nicht nur ein Ohr und viel Himmel. Die Idee mit der Front-Facing-Camera hatten andere Hersteller zwar schon vor Apple, doch wie üblich war es der US-Konzern, der einer Innovation zum Durchbruch verhalf – wenn auch nicht wie geplant zum Zweck der Video-Telefonie. Stattdessen wurden die Smartphones mit den zwei Kameras zu Wegbereitern des Selfies.

Dessen Siegeszug gewann in der Folge stark an Fahrt. Bald tauchten Selfies neben Facebook auch bei anderen sozialen Netzwerken wie Twitter, der Blogging-Plattform Tumblr und Instagram auf. Ab 2012 wurden dann auch die klassischen US-Medien wie die Tageszeitung *Wall Street Journal* und das *Time-Magazin* auf das Phänomen aufmerksam. Letzteres hievt das Selfie Ende des Jahres auf einen achtbaren neunten Platz seiner Buzzword-Top-Ten-Liste. 2013 reichte es bereits für den Bronze-Rang. Im selben Jahr dann der Ritterschlag: *Das Oxford English Dictionary* adelte das Selfie zum »Wort des Jahres«.

Die Deutschen erfasste die Selfie-Manie erst mit etwas Verspätung, wie sich mit dem Online-Analysetool Google Trends feststellen lässt: Kurz vor der Jahreswende 2013/14 schoss das Interesse bis zum folgenden April sprunghaft in die Höhe – seitdem hat es zwar wieder abgenommen, aber nur langsam. Blickt man nur auf die Bildersuche von Google, hält sich der Wert für die Anfragen nach »Selfie« sogar stabil mit gelegentlichen Ausschlägen nach oben auf Spitzenniveau. Und in den deutschen Medien begegnet einem das Thema »Selfie« laut Google Trends nach einem Boom Mitte 2014 mit stabiler Regelmäßigkeit.

Mit dem Aufstieg des Selfies von einer Marotte zum weltweiten Massenphänomen begann auch die Wissenschaft, sich für die digitalen Selbstporträts zu interessieren. Die einen erörterten die psycho-

logischen Hintergründe, auf die wir noch eingehen werden, die anderen suchten den wahren Schöpfer des Selfies. Kandidat 1: Der Maler Parmigianino, der 1523 oder 1524 ein »Selbstporträt im konvexen Spiegel« angefertigt hat, dessen verzerrte Darstellung des eigenen Gesichts an die für frühe Smartphone-Selfies typische Fischaugen-Optik erinnert. Kandidat 2: Robert Cornelius, ein Hobbychemiker und Fotograf aus Chicago, der sich 1839 beim Experimentieren mit dem damals neuen Medium selbst zum Motiv gemacht hat. Kandidatin 3: Eine unbekannte Frau, die sich im Jahr 1900 für ein Selbstporträt im Spiegel fotografiert hat. Kandidatin 4: Anastasia Nikolajewna Romanowa, die damals 13-jährige Tochter des letzten russischen Zaren, die 1914 nicht nur ihr Spiegelbild fotografiert hat, sondern das entwickelte Bild anschließend an ihren Vater geschickt hat – womit der Teenager dem Selfie, wie wir es heute verstehen und verwenden, am nächsten gekommen sein dürfte.

Etwas mehr als 100 Jahre später ist das Selfie zum Teil der Popkultur geworden. Es gibt eine TV-Serie, die »Selfie« heißt, zig Songs, die sich mit dem Phänomen befassen, Dichter, die es besingen, Museen widmen ihm Ausstellungen. Eines aber gibt es nicht: ein absehbares Ende dieser einzigartigen Erfolgsgeschichte des Social Media-Zeitalters.

Um den Triumph des Selfies zu belegen, braucht es eigentlich keinen Verweis auf dessen Geschichte oder aktuelle Statistiken. Im Grunde reicht ein Blick auf die Straße. Die digitalen Selbstporträts

**#Blog:** Die Abkürzung steht für Weblog, eine Art im Netz abrufbares Journal, in das ein oder mehrere Blogger Einträge zu verschiedensten Themen oder in unterschiedlicher Form verfassen – etwa zu Tieren, Kochrezepten oder politischen Entwicklungen. Meist haben Leser die Möglichkeit, durch Kommentare zu interagieren.

sind allgegenwärtig, zum Beispiel in Form der Touristenrotten, die Selfiesticks vor sich her tragend durch die Innenstädte stolpern, in der Werbung, die bei Fotos die Selfie-Optik imitiert, oder in so kuriosen Auswüchsen wie dem in einer verspiegelten Verpackung verkauften »Selfie«-Parfüm. Folgt man der Marketing-Prosa eines Online-Shops, der den Duft verkauft, ist das der einzig mögliche Name: Denn sich zu parfümieren erfolge schließlich aus dem gleichen Impuls wie sich zu fotografieren. Es gehe darum, die »eigene Präsenz in der Welt realer und greifbarer zu machen«.<sup>3</sup>

Tatsächlich treffen die Produktbetexter hier einen Punkt: In einer immer stärker über soziale Netzwerke verbundenen Welt muss jeder, der sich darauf einlässt, Wege finden, seinem digitalen Alter Ego die gebührende Aufmerksamkeit zu verschaffen. So wie in der Wirklichkeit eine betörende Aura aus Duftmolekülen die anderen dazu bewegen soll, einem den Blick zuzuwenden, sind es im Web nun die Likes für ein Selfie, die in ganz ähnlicher Art und Weise das Ego streicheln. Aber die Analogie beschreibt nur einen kleinen Teil der Funktion, die Selfies inzwischen haben. Klar schmeichelt es einem, wenn man sieht, dass Leute das eigene Foto mögen oder gar kommentieren. Doch wenn wir vergleichen, was unsere Freunde so alles an Selfies posten – von aufreizendem Posieren am Strand bis zu unspektakulärem Rumstehen in einem Konzertpublikumpulk –, scheint es sich nicht ausschließlich um die individuelle Ruhmsteigerung zu drehen. Es geht um das Bedürfnis, über unsere Selbstporträts unterschiedlichste Launen und Situationen widerzuspiegeln, die wir erleben, von grellbuntem Eskapismus bis zu stinknormaler Alltagsödnis. Eigentlich logisch, schließlich sprühen wir uns auch nicht von oben bis unten mit Eau de Toilette ein, wenn wir nur mal kurz runter zum Kiosk Kippen holen gehen. Warum also sollten wir unser digitales Spiegelbild permanent wie ein Zirkuspony aufrüschchen, wenn eine Situation das einfach nicht hergibt?

Das Leben unseres virtuellen Selfie-Ichs unterscheidet sich also nicht komplett von unserem realen, weil wir uns inzwischen andauernd selbst in den normalsten Situationen fotografieren. Doch das wirft eine interessante Frage auf: Wieso eigentlich ist es so normal geworden, dass wir uns andauernd selbst fotografieren?

## #picsoritdidnthappen – Leben für den Fotobeweis

Im Internet gibt es eine beliebte Wendung, mit der Leute reagieren, wenn jemand mit irgendeiner Sache prahlt: »pics or it didn't happen« – Fotos, oder es ist nicht passiert. Egal ob jemand behauptet, er habe den Mount Everest bestiegen oder in der Kassenschlange hinter Reinhold Messner gestanden, solange er kein Beweisbild vorlegen kann, muss man ihm erst einmal gar nichts glauben. Das ist natürlich absurd, denn wieso sollte die Wirklichkeit nur dann wahr sein, wenn man ein Foto von ihr macht? Weil es folgerichtig ist, sobald man es mit der Logik sozialer Medien betrachtet. Unser digitales Alter Ego besteht ja nur aus Inhalten, die wir zuvor geteilt haben. Der »pics or it didn't happen«-Imperativ ist darum so etwas wie das Grundgesetz unserer digitalen Existenz. Und das Selfie ist hier das Mittel der Wahl, da es der schnellste, unkomplizierteste und zugleich unmittelbarste Weg ist, uns und unser Leben in den virtuellen Raum zu tragen. Je eher wir willens sind, die eigene Welt mit anderen zu teilen, über desto mehr Bereiche unseres Lebens legt sich die »picture or it didn't happen«-Logik.

Mit Zahlen lässt sich das nur schwer fassen, weil wir bei Plattformen wie Snapchat oder Facebook in der Regel nur Bilder oder Statusmeldungen von Leuten sehen, mit denen wir befreundet sind. Doch die Nutzerstatistik von Instagram gibt zumindest eine

Ahnung, wie stark die Bereitschaft ausgeprägt ist, Momente aus dem eigenen Leben zu teilen. Das soziale Netzwerk, das konsequent auf visuellen Content setzt, konnte seine User-Basis Stand Mitte 2016 innerhalb von nur knapp einem Jahr um 100 Millionen auf inzwischen weltweit über 500 Millionen Menschen steigern. Von denen werden nach Firmenangaben tagtäglich 80 Millionen neue Fotos und Filmchen hochgeladen, darunter in jeder Minute Dutzende, die mit dem Hashtag »#selfie« versehen sind. Insgesamt gibt es bei Instagram bereits weit mehr als eine Viertelmilliarde entsprechend verschlagworteter Bilder.

Diese Zahlen lassen vermuten, wie schwer es ist, mit seinen Fotos aufzufallen. Letztlich hängt alles davon ab, dass man andere überzeugt, einem aktiv zu folgen. Und damit sie das tun, muss man ihnen gute Gründe liefern. Vielfältig sind die Strategien, die Social Media-User zu diesem Zweck entwickelt haben: Der Weg zum Ruhm führt über kreativ-aufwendige Selbstinszenierung, offen ausgelebte Peinlichkeit bis zu wortwörtlicher Selbstentblößung. Die schrappt möglichst hart an der Grenze dessen entlang, was der Plattformbetreiber mit dem Vermerk »Verstoß gegen die Gemeinschaftsstandards«, vulgo: zu viel nackte Haut, wegzensiert. Manche haben auch einfach das Glück, zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein.

Ben Innes hatte demzufolge Glück, denn er rutschte zufällig in eine Situation, die ihm das Foto bescherte, das er später selbst als »best selfie ever« beschrieb. Es ging im März 2016 um die Welt und katapultierte den damals 26-jährigen Briten schlagartig zu kurzer Berühmtheit. Auf dem Bild steht er grinsend mit leicht zerknittertem Hemd und in die Stirn geschobener Sonnenbrille in einem Flugzeuggang. Neben ihm ein etwas steif wirkender, älterer Mann. Dieses Foto schickte Innes zunächst an einen Freund, über den es später an die Presse und in die sozialen Netzwerke gelangte, wo es tausendfach geteilt wurde. Was das Spektakuläre

an dem Foto ist, versteht man erst, wenn man den Kontext seiner Entstehung kennt: Innes war Passagier des Egypt-Air-Fluges MS181. Der Mann neben ihm hatte um den Bauch einen Sprengstoffgürtel gebunden. Es war der Entführer der Maschine. Zum Glück gab der Kidnapper später auf, die Bombe erwies sich als Attrappe.

Natürlich wurde Innes anschließend gefragt, was um alles in der Welt ihn bewogen hatte, einen Mann, der ihn womöglich umbringen wird, um ein Selfie zu bitten. Seine Antwort: Wäre die Bombe echt gewesen, hätte er nichts zu verlieren gehabt.<sup>4</sup> Und, muss man wohl ergänzen, mit seinem Stunt beugte er der Gefahr vor, sich gegebenenfalls im Jenseits bis in alle Ewigkeit darüber ärgern zu müssen, die Gelegenheit für das beste Selfie aller Zeiten verpasst zu haben.

Interessanterweise wurde die Debatte über Innes' Foto in den sozialen Netzwerken von einer ganz anderen Frage bestimmt: War es überhaupt ein Selfie? Schließlich hatte er das Bild gar nicht selbst gemacht, sondern die Stewardess gebeten, ihn mit dem Entführer zu fotografieren, der währenddessen die ganze Zeit den Zündknopf seines vermeintlichen Sprengstoffgurts in der Hand hielt.

Ben Innes' Foto und die Debatte um seinen Selfie-Status verdeutlichen zwei Eigenheiten, die das Phänomen ausmachen, seit es sein fortgeschrittenes Stadium erreicht hat. Zum einen ist es inzwischen offensichtlich der engen Definition entwachsen, die das *Oxford English Dictionary* 2013 aufgestellt hatte. Dort wurde es noch umschrieben als: »Ein Foto, das man von sich selbst gemacht hat, typischerweise mit einem Smartphone oder einer Webcam, und das über soziale Medien geteilt wird.«<sup>5</sup> Heute jedoch gelten zunehmend auch alle anderen Porträts als Selfie, die nicht unbedingt vom Abgebildeten selbst gemacht wurden. In diesem Sinn hat Innes den Begriff verwendet, und so wird er auch

im Alltag und in den Medien immer häufiger gebraucht. Für die Frage, was als Selfie gilt, ist der Verbreitungsweg über die sozialen Medien entscheidender als der ursprünglich namengebende Umstand, dass man selbst zugleich Motiv und Fotograf ist.

Der zweite Punkt, der in Innes' »bestem Selfie aller Zeiten« aufschimmert, ist der Drang der Generation Selfie, keine Gelegenheit für ein spektakuläres Motiv auszulassen. Da man nur selten das zweifelhafte Glück hat, Teil einer Flugzeugentführung zu sein, dominiert eine andere Strategie: das eher Banale als besonders anzupreisen. Folglich herrscht in den Anmerkungen, die Nutzer ihren Fotos geben, eine Inflation von #best, #most, meist in Kombination mit dem ebenso marktschreierischen Abschluss #ever.

Die Konsequenz daraus ist mitunter recht amüsant. Dann nämlich, wenn sich die digitalen Foto-Tagebücher von manchen Leuten

zu Best-of-Alben ihrer Triumphe in den Disziplinen Pizzabacken, Schuhe kaufen und Strandurlaub verwandeln. Diese Zurschaustellung der eigenen Hybrid birgt reichlich Potenzial für unfreiwillige Komik – oder wie soll man das Foto umschreiben, das vor einiger Zeit im Instagram-Feed einer Freundin auftauchte?! Darauf zu sehen war etwas, das zunächst wie eine verkohlte Pizza wirkte, sich aber bei näherem Betrachten als

**Follower / Fans:** In vielen sozialen Netzwerken gibt es eine Funktion, mit der man jemandem folgen kann. Dessen Einträge erscheinen dann in der eigenen Timeline, der dem Nutzer angepassten Startseite, auf der abonnierte Inhalte angezeigt werden, ohne dass das Profil des anderen extra aufgerufen werden muss. Diese Abonnenten heißen etwa beim Kurznachrichtendienst Twitter Follower.

Kuchenruine entpuppte. Den Kuchen hatte sich die Frau selbst gebacken und mit dem Hashtag #fameincoming garniert. Der Anlass? Endlich mehr als 300 **Follower**. Hurra! Ein Social Media-Leben als



Farce – oder betrachten wir hier vielleicht schon die Online-Version einer Tragödie? Vielleicht haben die Kritiker doch recht, die in den Selfie-Maniacs vor allem eins sehen: eine Generation ausgemachter Narzissten.

## #uberselfish – von Narzissten und Terroristen

Wo immer etwas Neues, noch Ungezügelmtes sich austobt, da sind die Bedenkenträger meist nicht weit, die im Hype gleich eine Hysterie wittern. Anders gesagt: Je mächtiger das Phänomen Selfie wurde und je deutlicher sich abzeichnete, dass es so bald nicht wieder verschwinden würde, desto aufgeregter zeterten Soziologen, Psychologen und Zu-allem-eine-Meinung-Haber. Ihr Hauptvorwurf an all jene, die dem Selfie-Wahn verfallenen schienen: Es handele sich bei ihnen um einen Haufen hoffnungslos ins eigene Spiegelbild Verliebter, oder, um es gleich in ein psychiatrisches Krankheitsbild zu pressen, das unter ICD-Code F 60.8 («Andere Persönlichkeitsstörungen») fällt: Narzissmus.

Wir leben in einer Zeit, die sich durch routiniertes Alarmgeschrei und schaurige Freude an der Pathologisierung des Alltäglichen auszeichnet. Mit großer Endzeitlust registrieren wir etwa, dass inzwischen selbst das aller Bosheit so bar scheinende Toastbrot seinen Teil zum Verderben der Menschheit beiträgt, weil Weizen das Gehirn zerstören soll. Ein bizarrer Höhepunkt der zum Hype geratenen Gluten- und Kohlenhydrat-Paranoia. Wir zumindest haben – bislang – noch von niemandem gehört, der sich durch notorische Brotesserei um den Verstand gebracht hat. Wohl aber sind die Straßen voll von Menschen, sie sich permanent in allen nur denkbaren Posen fotografieren. Im Gegensatz zur Angst vor dem tödlichen Toast ist die Selfie-Manie etwa beim Blick auf Touristen-Hotspots eine nicht zu leugnende Realität.

Es gibt also durchaus Anlass, das Phänomen und die Frage nach möglichen Gründen und Folgen ernst zu nehmen. Zumal eine der grundlegendsten Funktionsweisen sozialer Medien – man teilt etwas von sich mit und erhält dafür Anerkennung in Form von Likes oder Kommentaren – in der Tat danach klingt, als hätten ihre Programmierer es darauf angelegt, eine möglichst ge- niale Selbstbestätigungsmaschine zu konstruieren.

Nimmt man noch die viel diskutierte Tatsache hinzu, dass in einer Gesellschaft mit immer weniger Kindern Eltern umso mehr Zeit, Geld und Selbstaufopferung in die Aufzucht ihres kostbaren Nachwuchses stecken, scheint es plausibel, wenn die US-Psycho- login Jean M. Twenge mahnt, seit Jahren breite sich eine »Narziss- tische Epidemie« immer weiter aus.<sup>6</sup> Die meisten ihrer Kollegen zeichnen zwar ein deutlich differenzierteres Bild, doch viele schmieden als Experten in Zeitungsartikeln und Autoren von Bü- chern mit, wenn es darum geht, soziale Medien und Narzissmus zu einer unauflöslichen Einheit zu verbinden. Spätestens seit dem Aufkommen des Selfies wirkt dieser Zusammenhang so unleg- bar wie ein Naturgesetz.

Das mag daran liegen, dass die Analogie so augenfällig er- scheint: Dort der mythische Narziss, von dem der griechische Dichter Ovid in seinen *Metamorphosen* berichtet; ein eitler Knabe, der allen, die um ihn werben, einen Korb gibt und verdammt wird, sein eigenes Spiegelbild im Wasser anzuhebeln. Und hier wir, mit dem Selfiestick im Anschlag, blind für alles um uns und nur Augen für die Smartphone-Kamera, die unser Antlitz auf- zeichnet.

Tatsächlich gibt es einen bekannten Fall, der Kritikern als Ex- empel dient. Der britische Teenager Danny Bowman wurde 2014 als »Selfie-Süchtiger« bekannt. Er war besessen von der Idee, per- fekte Bilder von sich zu schießen. Darüber vernachlässigte er al- les, flog von der Schule und verbrachte am Ende zehn Stunden

am Tag damit, mehr als 200 Versuche für ein einziges gelungenes Selfie zu machen. Bowman soll sogar aus Verzweiflung über seine misslungenen Fotos einen Selbstmordversuch unternommen haben.<sup>7</sup> Heute setzt sich Bowman für einen verantwortungsvollen Umgang mit sozialen Medien ein. Zwar darf man aus diesem einen prominentesten Fall keine allgemeinen Schlüsse ziehen. Doch er belegt, dass die Sache mit den Selfies vielleicht nicht immer ganz unproblematisch bleibt. Schon im Alltag begegnen uns laufend Situationen, in denen deutlich wird, wie viel Zeit und Aufmerksamkeit manche Menschen in das perfekte Selfie investieren. Vielleicht nicht 200, doch Dutzende Versuche, nur um so banale Verrichtungen festzuhalten wie das Faulenzen auf der Wiese oder das Nachschminken im Diskothekenklo.

Haben die Mahner vielleicht doch recht, die ein unterschätztes gesellschaftliches Problem anprangern, die von Selfie-Sucht sprechen, von Krankheit und Suizidgefahr? Vielleicht, ein bisschen. Auf die teilweise fatalen Konsequenzen, die eine übersteigerte Leidenschaft für Selbstporträts auf die Wahrnehmung des eigenen Körpers haben kann, werden wir noch zu sprechen kommen. Andererseits lehrt die Geschichte: Nur weil Experten warnen, sollte man ihnen nicht immer gleich glauben. Schließlich haben weder die rasanten Fahrten mit den ersten Eisenbahnen sämtliche Passagiere in den Wahnsinn getrieben, wie Ärzte seinerzeit befürchteten, noch machen Ego-Shooter aus jedem Computerspieler einen Amokläufer. Mit entsprechender Vorsicht sollte man daher auch all die Schlagzeilen betrachten, die behaupten, Selfies würden uns alle zu Narzissten machen. Doch hören wir zunächst einmal, was die Kritiker zu sagen haben.

Es hat einige Zeit gedauert, der Selfie-Hype hatte schon seine ersten Höhepunkte überwunden, doch dann war es so weit: Die American Psychiatric Association klassifizierte das exzessive Aufnehmen von Selfies als psychische Störung. Deren offizieller