
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Theoretischer und heuristischer Rahmen der Studie	9
2.1	Begriffsbestimmungen ‚Selbst‘ und ‚Selbstthematization‘	10
2.1.1	Begriffsbestimmung ‚Selbst‘	10
2.1.2	Begriffsbestimmung „Selbstthematization“	14
2.2	Geschichte der Selbstthematization	16
2.2.1	Keine Selbstthematization in vormodernen Gesellschaften	16
2.2.2	Moderne Ausformungen von Selbstthematization	19
2.3	Institutionen der Selbstthematization	23
2.3.1	Klassische institutionelle Formen der Selbstthematization	26
2.3.2	Selbstproduktion und Identitätskonstruktion durch Selbstthematization	31
2.4	Expressive Formen der Selbstthematization in spätmodernen Gesellschaften	34
2.4.1	Praktiken der Selbstthematization im Wandel	34
2.4.2	Visualisierungen des Selbst als expressive Formen der Selbstthematization	37
2.4.3	Theatralisierung der Selbstthematization	40
2.5	Visuelle Formen der Selbstthematization – ein kurzer historischer Abriss	41
2.5.1	Das Selbstporträt in der Malerei	42
2.5.2	Kurzer historischer Abriss der Fotografie	44
2.5.3	Das Porträt in der Fotografie	45

2.5.4	Das fotografische Porträt und der fremde Blick auf das Selbst	46
2.5.5	Die sozialen Gebrauchsweisen der Fotografie	48
2.5.6	Amateur:innenfotografie mit Digitalkameras	49
2.5.7	Genese der Praxis des Selfie-Machens	52
2.5.8	Das analoge und das digitale Bild	54
2.5.9	Bearbeitungspraktiken digitaler Bilder	56
2.5.10	Das (Ver-)Teilen digitaler Bilder	58
2.6	Selbstthematisierung und der Kampf um Aufmerksamkeit auf Instagram	62
2.6.1	Kurze Geschichte von Instagram	62
2.6.2	Kampf um Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit auf Instagram	64
2.6.3	Singularisierung und Instagram	66
2.6.4	Impression Management über Selfies auf Instagram	68
2.7	Konnotationsverfahren und die fotografische Botschaft von Selfies	71
2.7.1	Das denotierte und das konnotierte Bild	73
2.7.2	Sechs Konnotationsverfahren von Selfies	75
2.7.3	Zwischenresümee – Konnotationsverfahren von Selfies auf Instagram	90
2.8	Soziale Praktiken und Subjektivierung	91
2.8.1	Selfie-Machen als soziale Praktik	93
2.8.2	Das Smartphone und Selfies	94
2.8.3	Subjekte, Selbst-Bildung und Subjektformen	95
2.8.4	Praktik des Selfie-Machens oder Praxis des Selfie-Machens?	98
2.8.5	Soziale Praxis als Wiederholung	100
2.9	Prozesslogik der Selbstthematisierung über Selfies auf Instagram	102
2.9.1	Erarbeitung einer Prozesslogik der Selbstthematisierung über Selfies auf Instagram	105
2.9.2	Vorschlag einer Systematisierung	110
2.9.3	Verschiedene Forschungsperspektiven auf die Praxis des Selfie-Machens	111
2.9.4	Zusammenfassung heuristischer Rahmen	116

3	Methodisches Vorgehen	121
3.1	Die wissenssoziologische Bildanalyse als Methode zur Bildinterpretation	123
3.1.1	Handlung vor der Kamera und Kamerahandlung	123
3.1.2	Zum Begriff der gesellschaftlichen Bedeutung einer Handlung	125
3.1.3	Korporierte:r und personale:rAkteur:in	126
3.1.4	Methodisches Vorgehen der wissenssoziologischen Bildanalyse	128
3.1.5	Wissenssoziologischen Bildanalyse von Selfies auf Instagram	128
3.1.6	Datenerhebung und Samplegestaltung	130
3.2	Das problemzentrierte Interview als Datenerhebungsmethode	131
3.2.1	Grundelemente des problemzentrierten Interviews	131
3.2.2	Aufbau des Interviewleitfadens	133
3.2.3	Beschreibung des Feldzugangs und des Interviewsamples	136
3.3	Auswertung der Interviewmaterials mithilfe der Deutungsmusteranalyse	139
3.3.1	Deutungsmuster – Hintergrund und Konzeption	139
3.3.2	Handlungsproblem der Selbstdarstellung über Selfies auf Instagram	141
3.3.3	Abgrenzung des Deutungsmusterkonzepts	142
3.3.4	Strukturalistischer und wissenssoziologischer Deutungsmusteransatz	144
3.3.5	Zwischenresümee – Deutungsmusteransatz	148
3.3.6	Bewusstheit und relative Latenz von Deutungsmustern	149
3.3.7	Deutungsmuster und individuelle Derivationen	150
3.3.8	Anpassung des Deutungsmusteransatzes an die vorliegende Studie	151
3.3.9	Objektive Hermeneutik als Verfahren der Textinterpretation	155
4	Empirie	161
4.1	Wissenssoziologische Bildanalyse Nina	161
4.1.1	Selfie „Mrs. Grey“	162
4.1.2	Selfie „Christasmood“	168

4.1.3	Selfie „Alstersun“	175
4.1.4	Selfie „Alte Liebe und so“	181
4.1.5	Selfie „Knutschattacke“	188
4.1.6	Selfie „König der Löwen“	194
4.1.7	Selfie „Morgenmuffel“	200
4.2	Deutungsmusteranalyse Nina	206
4.2.1	Darstellung der Interviewsituation	206
4.2.2	Deutungsmusteranalyse	207
4.2.3	Resümee	270
4.3	Wissenssoziologische Bildanalyse Jan	273
4.3.1	Selfie „Pennyboard Accident“	274
4.3.2	Selfie „I Love The Sun“	282
4.3.3	Selfie „Let’s start“	289
4.3.4	Selfie „Wait.“	296
4.3.5	Selfie „Lass uns eilen“	304
4.3.6	Selfie „Ready For The Day“	312
4.3.7	Selfie „Rest Easy Age Kindly“	317
4.4	Deutungsmusteranalyse Jan	322
4.4.1	Beschreibung der Interviewsituation	322
4.4.2	Deutungsmusteranalyse	322
4.4.3	Resümee	399
4.5	Wissenssoziologische Bildanalyse Judith	403
4.5.1	Selfie „Don’t take life too seriously“	404
4.5.2	Selfie „Flausen im Kopf“	411
4.5.3	Selfie “Good Morning”	418
4.5.4	Selfie „Student“	425
4.5.5	Selfie „Winter Mood“	433
4.5.6	Selfie „Küstenstraße“	441
4.5.7	Selfie „Beachvibes“	448
4.6	Deutungsmusteranalyse Judith	455
4.6.1	Beschreibung der Interviewsituation	455
4.6.2	Deutungsmusteranalyse	456
4.6.3	Resümee	523
5	Zusammenführung und Verdichtung zentraler Ergebnisse	529
5.1	Dokumentierende und porträtierende Selfies auf Instagram	530
5.1.1	Porträtierende und dokumentierende Selfies auf Instagram	530
5.1.2	Wesentliche Merkmale dokumentierender Selfies	531

5.1.3	Dokumentierende Selfies im vorliegenden Sample	533
5.1.4	Wesentliche Merkmale porträtierender Selfies	536
5.1.5	Porträtierende Selfies im vorliegenden Sample	537
5.1.6	Der dokumentierende bzw. porträtierende Charakter von Selfies	542
5.2	Gesamtbetrachtung der Falldarstellung Nina	545
5.2.1	Umcodierung der Selfie-Botschaft	545
5.3	Gesamtbetrachtung der Falldarstellung Judith	551
5.3.1	Statischer Selbsta Ausdruck, der durch Selfies präsentiert wird	551
5.3.2	Bildgestalterisches Entziehen einer zu intimen Selbstdarstellungsform	553
5.3.3	Ausschnitthaftes Abbilden des Körpers und stilisierte Posen	554
5.3.4	Selfies als nicht mehr markttaugliche Form der Selbstdarstellung auf Instagram	557
5.3.5	Das kosmopolitische Selbst, das nicht über Selfies (re-)präsentiert werden kann	558
5.3.6	Indexikalische Verweise auf Momente des Erlebens ...	560
5.4	Gesamtbetrachtung der Falldarstellung Jan	564
5.4.1	Selbstverständnis als kreativer Fotokünstler und als Barträger	564
5.5	Seitenbetrachtungen	574
5.5.1	Seitenbetrachtung I – Milieubezug	574
5.6	Selfie-Praxis als kontingente Praxis der Selbstthematisierung	586
6	Fazit	593
6.1	Selbstthematisierung über Selfies auf Instagram als prozesshafte Praxis	596
6.2	Ästhetische Unterkomplexität und Ergänzungsbedürftigkeit des Selfies	601
6.3	Unbehagen der Selfie-Produzent:innen bei der eigenen expressiven Selbstthematisierung und Subjektivierung auf Instagram	604
6.4	Ausblick	610
	Literatur – und Quellenverzeichnis	613