

## 15. Das Museum als Kulisse für Selfies und fotografische Selbstdarstellungen<sup>1</sup>

---

Das folgende Kapitel stellt das Museum als Kulisse und Hintergrund für Selfies und fotografische Selbstdarstellungen vor. Wie Publikumsbeobachtungen im Tribal Museum zeigen und Gespräche mit den Museumsverantwortlichen bestätigen, sind Selfies bei den einheimischen Besucher\*innen besonders beliebt. Sie werden nicht nur von jungen Leuten gemacht, sondern generationsübergreifend, in jeder Altersklasse. Das Kapitel analysiert, warum das Tribal Museum als Selfie-Hintergrund so attraktiv ist und welche Beziehung zwischen Besucher\*innen und Museum sich in dieser Nutzungspraxis ausdrückt. Der Text wird damit eine andere Blickrichtung einnehmen als die Perspektiven, die in der Literatur vorherrschen und aus denen das Selfie entweder positiv, als visuelle Mund-zu-Mund-Propaganda für das Museum, erscheint – oder negativ, als Gefahr für die Objekte.

Sich selbst an coolen Orten zu fotografieren und damit das eigene Ich gegenüber den Peers in den Social Media aufzuwerten, ist Teil der Selfie-Kultur. Der 26-jährige Anirudh stellt nun für junge Leute in Indien mit großer Selbstverständlichkeit pauschal fest: *»Ich treffe mich nicht mit meinen Freunden im Museum, denn Museen werden nicht als cool angesehen«*. Somit würde man in indischen Museen zunächst keine beliebte Selfie-Kulisse vermuten.<sup>2</sup>

Anders jedoch der Augenschein im Tribal Museum. Selfies werden überall und exzessiv gemacht: in den Galerien vor den Objekten, in den Gängen vor den dekorierten und bemalten Wänden, am Eingang vor den geschmückten Bögen und selbst auf den nach draußen führenden kleinen Balkonen vor den Bäumen des künstlich angelegten Dschungels. Das Museum verlangt als Reaktion auf diese dominante Besucher\*innen-Praxis nun eine besonders hohe Gebühr von 50 Rupien<sup>3</sup> für die Fotografier-Erlaubnis. Selfies werden gemeinsam mit Freund\*innen, mit der Familie,

---

1 Dieses Kapitel wurde als Vorveröffentlichung in der Zeitschrift »Museums Management and Curatorship« 2019 publiziert. Vgl. Ross 2019b.

2 An dieser Stelle im Text wird nur dieser Satz aus dem Interview zitiert. Das gesamte Interview wurde im Kap. 12 verwendet. Interview am 22.03.2016 auf Englisch.

3 Das ist das Fünffache des Eintrittspreises für indische Besucher\*innen.

alleine und mit oder ohne Hilfe von Selfie-Sticks gemacht. Die Posen reichen dementsprechend von fröhlicher Ungezwungenheit bis zu stark inszenierter Gestik und Mimik.

Zwar kann man keinen spezifischen Ort innerhalb des Museums identifizieren, der dem Selfie vorbehalten wäre, trotzdem scheint sich ein Hintergrund besonders gut dafür zu eignen: eine Wand mit Holzmasken in der unteren Etage des Museums. Vergleicht man die Wand mit den Wandbemalungen und Reliefs der Flure, so ist sie nicht besonders farbenfroh oder raffiniert gestaltet. An einer eher unspektakulären grau-braunen Steinmauer hängen unbemalte Holzmasken, die die Ahnen der verschiedenen Stämme repräsentieren. Mir selbst wäre diese Wand angesichts der opulenten ästhetischen Gestaltung der sonstigen Wände dieser Etage<sup>4</sup> nicht aufgefallen. Aufmerksam bin ich auf diesen Ort erst durch die Selfie-Klicker\*innen geworden, die dort regelmäßig nicht nur in den üblichen Posen standen, sondern sich in dramatischen oder teilweise clownesken Gesten fotografierten. Da die Masken sich nicht innerhalb der Galerien befinden, sind sie (wie alle Objekte oder Dekorationen der Flure) nicht mit Absperrungen gesichert; der/die Besucher\*in kann seinen Abstand zu ihnen frei wählen. Die Holzmasken zeigen ärgerliche und lachende Gesichter, manche fletschen die Zähne, andere haben Münder und Augen weit geöffnet. Viele der Masken sind so groß wie menschliche Gesichter und sind auf der Höhe der Besucher\*innen angebracht. Ich konnte zwei Typen von Selfie-Fotograf\*innen vor der Wand beobachten: einen, der sich ohne spezielle Animation in Pose stellte und einen anderen, der auf die Masken in ihren Posen reagiert und den Hintergrund als performatives Gegenüber nutzt, das nachgeahmt oder auf das mimisch oder gestisch reagiert wird. Das kann mit dem Gesicht oder mit dem ganzen Körper (z.B. Umarmungen der Masken oder Ausbreiten der Arme zwischen den Masken) geschehen. Besonders bei Gruppen sind diese performativen Selfies beliebt. Ein Besucher, den ich mit seinen Freunden vor der Wand in mimischen Nachahmungen der Masken für die Kamera beobachtet hatte, erklärte mir, dass die Masken ihn an Charaktere in Horrorfilmen erinnern würden und er das besonders attraktiv finde. Da die Masken-Wand am Durchgang zur Kantine liegt, werden die Selfie-Fotograf\*innen von anderen Museumsbesucher\*innen wahrgenommen und manchmal zum Gegenstand von Kommentaren gemacht.

## 15.1. Selfie-Klicken als Praxis im Museum

Ein Selfie ist »a self-portrait photograph of oneself (or of oneself and other people), taken with a camera or a camera phone held at arm's length or pointed at a mirror, that is usually

4 Gegenüber befindet sich z.B. die Wandarbeit von Ram Singh Urveti und etwas weiter entfernt die auf strahlend gelbem Hintergrund gemalte Kantinegestaltung.

*shared through social media*« (Sorokowski et al. 2015: 124). Das Selfie (ein Neologismus) als Praxis, Objekt oder Begriff ist erst seit etwa 15 Jahren Gegenstand der akademischen Diskussion. Darüber, wann und von wem das Wort zum ersten Mal verwendet wurde, besteht keine Einigkeit; das erste Auftreten wird allgemein zwischen 2002 und 2005 datiert (Donnachie 2015: 52). In der Literatur wird das Selfie aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. Es kann als soziale »Selbst-Praxis« verstanden werden, im Sinne der Identitätsbestätigung (u.a. Marwick 2013; Cruz, Thornham 2015; Kozinets et al. 2017; Karwowski, Brzeski 2017; aus geschlechter-spezifischer Sicht Sorokowski et al. 2015) oder als Teil von digitaler Selbst-Repräsentation und »impression management« (u.a. Ellison et al. 2006; Krämer, Winter 2008; Mehdizadeh 2010; Fox, Rooney 2015; Pounders et al. 2016). Auch, wie in der Definition von Senft und Baym (*»A selfie is [...] a practice—a gesture that can send [and is often intended to send] different messages to different individuals, communities, and audiences«* (Senft, Baym 2015: 1589)), als kommunikativer Akt (so auch durch Davison 2015, Hess 2015; schließlich Baishya 2015, der das Selfie als Kommunikationsmittel im indischen Wahlkampf untersucht). Aus touristischer Perspektive (u.a. Larsen et al. 2007, Urry, Larsen 2011, Dinhopl, Gretzel 2016, Paris, Pietschnig 2015) wird es als so genanntes »travel selfie« (Paris, Pietschnig 2015) innerhalb einer vernetzten Reisetätigkeit (Larsen et al. 2007) als neue Form des touristischen Blicks (Dinhopl, Gretzel 2016) diskutiert.

Das Museum scheint aus all diesen Perspektiven besonders attraktiv für Selfies zu sein. Wie Kozinets et al. feststellen: »Museums have been found [...] to be an increasingly important site for selfie taking behaviour« (Kozinets et al. 2017: 2). Burness sieht »self-representational social photography« als »a natural fit within the museums visitor experience« (Burness 2016: 92). Im Kontext von Museum und Ausstellung kann das Selfie noch in einem anderen Sinne verstanden werden: als ästhetisches Objekt entweder als Kunstwerk im Genre »Selbstportrait« oder »Alltagsfotografie« (u.a. Saltz 2015; Donnachie 2015; Droitcour 2013; Frosch 2015) oder als »dynamic art form«, die sich als »mirror-selfie« in vorhandene Kunstwerke im Museum einfügt (Kozinets et al. 2017: 1).

In seiner Beobachtung von Selfie-Besucher\*innen im Britischen Museum stellt Davison fest: »The function of the selfie [...] is less connected with preserving memories than with promoting current events« (Davison 2015: 57). Das darin liegende Potential als Marketinginstrument macht das »Museum-Selfie« für Museumsmacher\*innen interessant, sodass viele Museen einen eigenen »museums selfie day«<sup>5</sup> ausgelobt haben. Entscheidend für diese Chance, Selfies nutzbar zu machen, ist die besondere Rolle, die – anders als z.B. bei Portraitfotos – der Hintergrund spielt. Ein weiterer aus Institutionssicht willkommener Aspekt ist, dass Selfies im Museum

5 Ein »Museums selfie day« wurde zuerst 2014 ins Leben gerufen von der amerikanischen Expertin für Publikumsarbeit Mar Dixon.

fast ausschließlich positive Eindrücke vermitteln. Es gibt kaum Selfies vor ungenügenden sanitären Anlagen, vor zerstörten Objekten oder unaufgeräumten Ecken im Museum.

Burness' Analyse von Selfies im Museum konzentriert sich dagegen auf die Prozesse, die innerhalb der Institution und der Ausstellung durch Selfies ausgelöst werden können. Sie werden hierbei als interaktive und partizipatorische Handlungen von Besucher\*innen verstanden, als »*engagement techniques*« (Burness 2016: 102), mit denen die Besucher\*innen besondere Beziehungen zu Objekten herstellen können. Bei der Auswahl eines Objektes als möglichen Selfie-Hintergrund beschäftigen sich, so Burness, die Besucher\*innen intensiver mit diesem Exponat. Die Beziehung zwischen Raum und Selbst im Prozess des Selfie-Klickens kann, wie Koliska und Roberts argumentieren, damit ein Prozess der Bedeutungsgebung sein, der im Ergebnis eine Identität hervorbringt, die sowohl aus den Spezifika des Raums wie des Selbsts schöpft (Koliska, Roberts 2015: 1672).

Damit wird ein anderer Aspekt in der Beziehung von Museum, Objekten und Besucher\*innen eingeführt, der unter dem Stichwort »Identitätsarbeit im Museum« diskutiert wird. Wie Falk in seiner Analyse der Erfahrungen von Museumsbesucher\*innen feststellt, ist »*the key to understand the museum visitor experience [...] the construct of identity*« (Falk 2009: 9). Dabei kann, wie Rounds bemerkt, »*visiting a museum [...] simultaneously serve both construction and signaling of identity*« (Rounds 2006: 137). Er identifiziert vor allem drei Charakteristika des Museums, die sich für die Identitätsarbeit seiner Besucher\*innen eignen: »*the museum's intensification of order, its performative character, and its presentation of the exotic*« (ebd.: 139). Die bereits diskutierte Verbindung von Selfies und Kunst, wie auch die Rolle des Museums im Prozess der Identitätsarbeit seiner Besucher\*innen macht, wie Kozinets et al. feststellen, »*the museum setting ideal for an identity work-focused investigation of the selfie*« (Kozinets et al. 2017: 2).

Trotz dieser scheinbaren Win-Win-Situation zwischen Selfies und Museum wird die neuartige Selbstabbildungspraxis auch kritisch gesehen. So werden Selfies als reale, physische Gefahr für Objekte im Museum besonders in den Medien diskutiert (u.a. Jones 2009; Charlton 2016; Boucher 2016; Bruner 2017). Burness befasst sich mit dem Problem, dass ein solcher Delegitimierungsdiskurs die Mühen von Museumsmacher\*innen gefährden könnte, Selfies als Mittel zur Stärkung des Besucher\*innenengagements zu nutzen (Burness 2016: 96).

## 15.2. Selfie-Klicken im Museum – Die indische Diskussion

Die indische Diskussion über Selfies im Museum findet vorrangig in der Presse statt. Umfangreiche Medienberichterstattung (u.a. Qureshi 2017; PTI [Press Trust of India] 2017; Vidhya 2017) hat die Entscheidung der Archaeological Survey of India

(ASI)<sup>6</sup> provoziert, in ihren Museen<sup>7</sup> Selfies und Selfie-Sticks zu verbieten. Auf der anderen Seite gibt es ein positives Medienecho auf den Publikumserfolg des ersten »Click Art Museums« im südindischen Chennai (u.a. Pandey 2016; Paitandy 2016; Manigandan 2016; Krishnakumar 2016; Zachariah 2016). Das »Click Art Museum« ist ein interaktives Museum, das mit 3D-Installationen die Besucher\*innen einlädt, in ein Kunstwerk »einzutreten«, Teil der Inszenierung zu werden und sich zu fotografieren. Es werden keine Objekte, sondern Selfie-Hintergründe ausgestellt. In der Presse wird das Museum als ein neuer institutioneller Beitrag zu der Frage diskutiert, welches Wechselspiel zwischen den Phänomenen Kunst und Selfie sich in der Gegenwart ausbilden könnte.

Der Widerstreit zwischen Selfie-Optimismus und Selfie-Ablehnung findet sich auch bei den Verantwortlichen des Tribal Museums. Als Markenzeichen der Besucher\*innen des Tribal Museums beschreibt das Selfie-Klicken der inzwischen ausgeschiedene Gründungsdirektor Shriram Tiwari. Anders als das State Museum, das nach seiner Aussage kaum angenommen wird, besuchen

»bis heute, obwohl nun schon fast drei Jahre [das Interview fand 2016 statt] seit seiner Eröffnung vergangen sind, [...] die Leute das Tribal Museum immer noch. Wenn sie Selfies klicken wollen, dann kommen sie hierher. Selfies sind in die urbane Kultur eingedrungen und so kommen die Leute deswegen ins Museum, aber auch weil sie einfach Lust darauf haben.«<sup>8</sup>

Eine viel kritischere Position wird dagegen vom verantwortlichen Chefdesigner und Kurator Bhatti formuliert:

»Kameras und Fotografieren verwandeln die Besucher\*innen in unseriöse Besucher\*innen. Sie sind beschäftigt mit ihren Geräten, wie Handys, und sind abgelenkt von den anderen Dingen. Eine Menge Zeit wird nur damit verbracht. [...] Viele der Leute, die hierherkommen, klicken ihre Selfies. Sie inszenieren sich selbst mit dem Objekt. Fotografieren zu erlauben in diesem Museum, ist für mich die größte Beeinträchtigung. Die Leute stellen sich vor die Objekte und wollen ein Foto damit haben. Sie sehen nicht, was das Objekt ist, oder die Geschichte dahinter. [...] Sie sehen nur sich selbst. Diese Art von Besucher\*innen sollte gar nicht erst kommen.«

Und an anderer Stelle des Interviews:

- 
- 6 Die ASI ist unter der Ägide des Kulturministeriums verantwortlich für Monumente, Ausgrabungsstätten und 46 Museen (vor allem so genannte »site museums« – »Vor-Ort-Museen«, die oft neben den Ausgrabungen errichtet wurden) in Indien. Siehe: [http://asi.nic.in/asi\\_museums.asp](http://asi.nic.in/asi_museums.asp) (letzter Aufruf 19.10.17).
  - 7 Darunter so prominente wie das Taj Mahal Museum oder das Indian War Memorial.
  - 8 Interview am 04.11.2016 auf Englisch.

»Wenn man nur hierherkommt, um eine Menge Fotos zu machen und kein Interesse hat an diesen Objekten [vor denen man sich fotografieren lässt], sie nicht fühlt, nichts von ihnen lernt oder mit ihnen interagiert, wenn man das nicht im Kopf hat, [...] dann wird niemand in der Lage sein, irgendetwas hier zu sehen.«<sup>9</sup>

Bhatti sieht damit nicht die Zerstörung von Objekten als Gefahr des Selfie-Fotografierens, sondern dass damit die Rezeption des Museums überhaupt verhindert wird.<sup>10</sup> Bhattis Position ist trotz der weiterbestehenden Fotograferlaubnis eigentlich auch die aktuelle Haltung der Museumsleitung.<sup>11</sup>

### 15.3. Die interviewten Besucher\*innen im Museum

Bei den Selfie-Fotograf\*innen ist eine Besonderheit hervorzuheben, die sonst nur in den Interviews mit unverheirateten Paaren aufgetreten ist: die Verleugnung der Nutzungspraxis. Manche Besucher\*innen waren zunächst bereit, ein Interview mit mir zu führen; als sie jedoch feststellten, dass ich nach Selfies fragte, brachen sie das Interview entweder ab oder behaupteten, nur ein bis höchstens zwei Bilder gemacht zu haben und damit zum Thema nichts sagen zu können. Obwohl viele meiner Interviewpartner\*innen wussten, dass ich sie vorher beim Selfie-Fotografieren beobachtet hatte, zogen sie es vor, lieber erkennbar irreführende Aussagen zu machen, als sich zu ihrem Tun zu bekennen. Das Unbehagen an dieser Nutzungspraxis spiegelt sich auch in den Interviews selbst, indem die Besucher\*innen oft rhetorische Strategien zum (Weg-)Erklären dieser Praxis anwenden. Eine einfache Variante ist, dass die eigenen Zahlenangaben für gemachte Selfies oft unzutreffend niedrig sind (manchmal habe ich die Besucher\*innen in meiner kurzen Beobachtungszeit mehr Selfies machen sehen als sie während ihres gesamten Besuchs gemacht haben wollten). Andere elaboriertere Strategien werden weiter unten ausführlich vorgestellt.

Die Begriffe »Foto« und »Selfie« werden vor allem in der jüngeren Generation dieser Gruppe oft analog verwendet. In diesem Alter sind Selfies als fotografische Praxis so dominant, dass sie synonym fürs Fotografieren allgemein stehen. Auffällig

9 In dem hier zitierten Interview mit Bhatti ging es um das Museum im Allgemeinen und seine Besucher\*innen, nicht um Selfies oder fotografische Selbstdarstellungen. Aber diese Nutzung des Museums ist so dominant und ruft gleichzeitig eine so stark ablehnende Reaktion bei ihm hervor, dass Bhatti immer wieder von selbst im Laufe des Interviews darauf zurückkam. Interview Chandan Singh Bhatti 22.03.2016 auf Hindi

10 Im Jahr 2015 wurden 7.466, im Jahr 2016 10.047, im Jahr 2017 15.469 Fotoerlaubnisse (Angaben aus dem jährlichen Report des Museums an das Kulturministerium von MP) im Museum verkauft. Dazu kommen die Handykameras, die in dieser Statistik nicht erfasst sind.

11 So wurden z.B. während meines Interviews mit einer Selfie-Besucher\*innengruppe vor der Maskenwand die anderen Gruppenmitglieder, die weiter für Selfies posierten, von einer Museumsangestellten zurechtgewiesen, weil sie sich dabei zu nahe an Objekten befanden.

ist ferner die hohe Dichte von »Museums-Erstbesucher\*innen« in der Selfie-Klientel. Ungefähr die Hälfte der Interviewten waren zum ersten Mal in einem Museum.

Wie die Auswahl der Interviewpartner\*innen zeigt, werden Selfies in jeder Besucher\*innenkonstellation gemacht: mit Freund\*innen und Klassenkamerad\*innen, innerhalb der Familie oder im Kolleg\*innenkreis. Die Altersspanne der interviewten Besucher\*innen reicht von 15 bis zu 45 Jahren. Besonders bei Freundesgruppen junger Besucher\*innen überschneidet sich die Selfie-Orientierung teilweise mit der Nutzung des Museums als »adda«-Ort und Lieblingstreffpunkt zur gemeinschaftlichen Entspannung.

**Summer (28)**<sup>12</sup> ist mit ihrem Mann und zwei ihrer Freunde ins Museum gekommen.<sup>13</sup> Sie arbeitet als Solar-Energie-Ingenieurin. Summer kommt ursprünglich aus Bhopal, lebt aber nun in Pune<sup>14</sup>. Sie ist Muslima und ordnet sich selbst der oberen Mittelschicht zu. Summer erklärt, sie sei keine Museumsliebhaberin. Im Tribal Museum ist sie jedoch schon zehn- bis zwanzigmal gewesen und nennt es ihr »zweites Zuhause« in Bhopal. Sie hat mehr als 40 Selfies bei diesem Besuch gemacht. Das Interview fand auf der unteren Etage statt.

**Sandeep (45)**<sup>15</sup> ist mit seiner Familie und zwei befreundeten Familien (insgesamt zwölf Personen, darunter sechs Kinder) ins Museum gekommen. Er hat einen MBA in Marketing und ist Leiter der Verkaufs- und Marketing-Abteilung eines Unternehmens in Bhopal. Er gehört nach eigener Einschätzung der Mittelschicht an. Seine Freunde sind aus Mumbai zu Besuch. Das Tribal Museum ist das erste Museum, das er besucht. Für den Besuch hat er einen Selfie-Stick mitgebracht. Das Interview fand in der Kantine statt.

**Sana (21)**<sup>16</sup> ist mit ihren Freund\*innen (insgesamt 13 Personen, elf Jungen und zwei Mädchen) gekommen. Sie stammen alle aus dem Bundesstaat Bihar und studieren gemeinsam Ingenieurwissenschaft in Bhopal. Sana ist Muslima, der Rest der Gruppe sind Hindus. Alle sind schon öfters im Tribal Museum gewesen. Für Sana ist es das dritte Mal. Die Fragen werden hauptsächlich von ihr und Ravi (21) beantwortet. Das Interview fand neben der Maskenwand statt, an der die Gruppenmitglieder vor und

12 Interview am 01.04.2018 auf Englisch.

13 Wenn zum Thema »Religion« nichts bemerkt ist, sind die Befragten Hindus.

14 Stadt im Bundesstaat Maharashtra.

15 Interview am 24.03.2016 auf Englisch.

während des Interviews performative Selfies machten. Sie haben nach eigenen Angaben zwischen 400–500 Selfies im Museum geschossen. Das Interview musste einmal unterbrochen werden, weil sie vom Museumspersonal für ihr exzessives Fotografieren zurechtgewiesen wurden. Das wiederholte sich noch einmal am Ausgang des Museums, als die Jungen für ein Selfie auf eine Figur kletterten.

**Pranali (34)**<sup>17</sup> ist mit ihrem 9-jährigen Sohn und ihrer 19-jährigen Nichte ins Museum gekommen. Sie stammt aus Bhopal, ihre Familie lebt hier. Sie selbst wohnt inzwischen in Mumbai. Sie ordnet sich der Mittelschicht zu. Sie hat einen Master in Science (MSc Biotech) und ist Hausfrau. Nach eigenen Angaben hat sie 30–35 Selfies im Museum gemacht. Sie besucht oft und gern Museen und historische Stätten. Das Interview fand auf dem Flur der Galerie-Ebene, direkt nach ihrem Besuch der Galerien, statt.

**Vinay (23), Monika (23), Nishi (23)**<sup>18</sup> sind Kollegen aus dem Finanzamt in Allahabad.<sup>19</sup> Sie sind für eine Weiterbildung in Bhopal. Monika hat Kunst studiert, Nishi Englische Literatur und Vinay Mathematik.<sup>20</sup> Sie gehören nach eigenen Angaben zur Mittelschicht. Sie sind zum ersten Mal im Tribal Museum. Das Interview findet vor dem Balkon nach draußen in der ersten Galerie, »Tribal Life«, statt, vor dem ich die Gruppe zuvor beim Selfie-Fotografieren beobachtet hatte. Sie sind seit 30 Minuten im Museum und haben bisher 14 oder 15 Selfies gemacht.

**Yash (15)**<sup>21</sup> ist mit seinen Freund\*innen, einer Gruppe von insgesamt sechs Personen (vier Jungen, zwei Mädchen) im Museum. Sie sind zwischen 15 und 16 Jahre alt. Sie sind Klassenkameraden der Delhi Public School und stammen alle aus Bhopal. Die Mehrheit der Gruppe sind Hindus, nur ein Schüler ist Muslim. Yash führt das Gespräch, Arin und Safaan ergänzen. Das Tribal Museum ist das einzige Museum, das sie bisher besucht haben, dies allerdings bereits mehrfach. Sie haben nach ihren Angaben bisher 20 Selfies gemacht; die Zahl scheint aber nach ihren späteren Aussagen im Interview sehr niedrig angesetzt zu sein. Das Interview fand vor der Maskenwand statt, bei der ich die Gruppe beim Selfie-Klicken beobachtet hatte.

16 Interview am 01.04.2018 auf Englisch.

17 Interview am 01.04.2018 auf Englisch.

18 Interview am 30.03.2018 auf Englisch.

19 Stadt im Bundesstaat Uttar Pradesh.

20 In Indien gibt es ein Eintrittsexamen für den Öffentlichen Dienst, an dem jede\*r Hochschulabsolvent\*in teilnehmen kann.



**Shambhavi (23)**<sup>22</sup> besucht das Museum zusammen mit ihrer Familie, d.h. ihrer Mutter und ihrer 14-jährigen Cousine Manasi. Sie wohnt in Mumbai und besucht ihre Familie in Bhopal. Shambhavi arbeitet als Visagistin. Sie ordnet sich der oberen Mittelschicht zu. Sie besucht sonst keine Museen und ist das erste Mal im Tribal Museum. Sie hat mehr als 50 Selfies gemacht.

#### 15.4. Selfies als Hauptmotivation, ins Tribal Museum zu gehen

Wie der Gründungsdirektor Shriram Tiwari feststellte<sup>23</sup>, ist die Attraktivität für Selfie-Fotograf\*innen ein bedeutender Erfolgsfaktor des Tribal Museums. Im Folgenden erklären die Besucher\*innen, wie wichtig die Gelegenheit für Selfies für sie als Motivation zum Museumsbesuch war und vergleichen das Tribal Museum unter diesem Gesichtspunkt mit anderen Museen.

Nicky (22)<sup>24</sup>, die mit ihren drei Freundinnen ins Museum gekommen ist, erklärt zum Thema Fotos im Museum:

»Das ist der Hauptgrund, warum die Leute kommen. 80 Prozent der Leute kommen deswegen, zumindest in unserer Altersgruppe. Alte Leute kommen vielleicht hierher wegen Recherche und sowas. Das Museum bietet unterschiedliche Hintergründe, normalerweise bekommen wir immer die Malls etc. Aber diesen Typus von Hintergründen bekommen wir nicht so einfach.«

Ich hatte nicht explizit nach Selfies gefragt, sondern nach Fotos allgemein – aber Nicky hat sofort über Selfie-Hintergründe gesprochen.

Während sie spricht, lachen die anderen Frauen verlegen.<sup>25</sup> Nicky dagegen präsentiert sich in ihrer Aussage selbstbewusst als Vertreterin der jungen Generation und scheint sich sicher zu sein, dass es in ihrer Altersklasse keine Besucher\*innen mit anderen Interessen gibt. In ihrer Formulierung sind es nicht »ältere Leute« oder die »mittlere Generation«, die vielleicht wegen »Recherche und sowas« kommen, sondern mit krasser Ausdrücklichkeit »alte Leute«. Man muss in ihrer Wahrnehmung einer anderen Zeit angehören, um das Museum anders als für Selfies nutzen zu wollen. Auf die Frage, wie viele Fotos Nicky bereits gemacht hat, lautet die Antwort: 50

21 Interview am 30.03.2018 auf Englisch.

22 Interview am 30.03.2018 auf Englisch.

23 Vgl. S. 265.

24 Im vorliegenden Kapitel werden nur diese Aussagen des Interviews verwendet. Der Hauptteil findet sich im Kap. 11. Interview am 26.03.2016 auf Englisch.

25 Auf diese Verlegenheit wird später noch ausführlich eingegangen; hier findet sie Erwähnung, weil sie zeigt, wie typisch dieses Verhalten für die Interviewten der Gruppe ist.

bis 100. Nickys Freundin ergänzt: »Als ich das letzte Mal hier war, habe ich 300 Fotos gemacht.« Auf die Nachfrage, wie viele der Fotos Selfies seien, antwortet die Gruppe, »Wir machen halbe-halbe Gruppenfotos und Selfies.« Es gibt keine Unterscheidung zwischen Fotos und Selfies, sondern nur die Unterscheidung zwischen Gruppen-Selfie und Einzel-Selfie.

Ayushi (22) und Monika (21)<sup>26</sup> sind mit ihren drei Freundinnen ins Museum gekommen. Ayushi antwortet auf die Frage, wie sie überhaupt zum ersten Mal auf das Museum aufmerksam geworden seien: »Meine Eltern haben mich darauf aufmerksam gemacht. Sie gingen hier vorbei, und sie erfuhren, dass da ein Museum ist. Sie wissen, wie gerne ich Fotos mache, so sagten sie, du solltest es besuchen.« Entweder möchten die Eltern ihre Tochter durch den Anreiz einer guten Fotokulisse zum Museumsbesuch motivieren, wobei sie vom Gesehenen nebenbei profitieren und ihre Freizeit in einer respektablen, sicheren Umgebung verbringen soll, oder sie selbst verstehen das Museum als einen Ort, der vor allem gute Fotohintergründe bietet.

Auf die Frage, ob sie überall Selfies machen würden, antwortet Gargi (22), die mit ihrer Freundin Aditi (23)<sup>27</sup> ins Museum gekommen ist: »Ich mache nicht überall Selfies. Ich gebe dir ein Beispiel. Wenn wir ins National Museum<sup>28</sup> in Kolkata gehen<sup>29</sup>, dann sind da so viele antike Objekte. [...] Ich mache dort keine Fotos, aber hier mache ich Fotos.« Auf meine Nachfrage, warum das so sei, antwortet sie: »Zunächst einmal, dort sind antike Objekte. Die werden beschädigt, wenn man viele Fotos macht. Also sollte man das nicht. Zweitens, es ist nicht gut dekoriert. Sie [die Objekte] sind dort nur aufbewahrt. Da ist nur Glas und darin sind sie aufbewahrt. So, ich glaube nicht ...« Sie setzt neu an: »Da ist nichts, was du fotografieren willst.«

Gargi erwartet als selfie-motivierte Besucherin nicht nur interessante Objekte, sondern besondere Hintergründe. Die übliche Ausstellungspraxis von staatlichen Museen in Indien, Objekte unter Glas in weißen Räumen zu präsentieren, ist für diese Besucher\*innen nicht attraktiv. In der Abgrenzung, die sie zwischen den unterschiedlichen Typen von Museen vornimmt, zeigen sich ihre Prioritäten. Die Objekte sind sekundär, Inszenierung und Szenerie sind die wichtigen Kriterien. Aber wichtig ist ihr auch, sich im Interview als Besucherin zu präsentieren, der das Gefahrenpotential ihres Selfie-Verhaltens bewusst ist und die sich vor allem gegenüber antiken Objekten verantwortlich zu benehmen weiß und auf Aufnahmen gegebenenfalls zu verzichten bereit ist.<sup>30</sup> Dieses Verantwortungsbewusstsein wird zuerst

26 In diesem Kapitel werden nur diese Aussagen des Interviews verwendet. Der Hauptteil findet sich im Kap. 11. Interview am 04.11.2016 auf Englisch.

27 Interview am 30.03.2018 auf Englisch.

28 Indian Museum Kolkata.

29 Gargi lebt in Kolkata.

30 Das Bedürfnis, sich zunächst als gute\*r, verantwortungsvolle\*r Besucher\*in vor mir als Interviewerin zu etablieren, bevor man über seine aktuelle Besucher\*innenpraxis spricht, ist ein Topos, der sich durch die gesamten Interviews mit den Selfie-Besucher\*innen ziehen wird.

signalisiert; erst in einem Nachsatz erklärt Gargi, dass ein traditionelles Museum für Fotos auch einfach nicht interessant sei. Die von ihr gewählte Reihenfolge der Aussagen soll ihre eigene Haltung ins rechte Licht rücken.

Ayushi und Monika beschreiben das Tribal Museum so: *»Es ist ein sehr schöner Ort, und darin sind schöne Dinge zu sehen. Es ist ein sehr schöner Ort, um Fotos zu machen, um ehrlich zu sein. [...] Also, mit all den Hütten und Dingen haben sie eine Szenerie kreiert: Die Küche, die sie hier kreiert haben, ist sehr schön.«* Mit dem Nachsatz *»um ehrlich zu sein«* deutet Ayushi an, dass sie etwas zugibt, von dem sie glaubt, es sei nicht ganz in Ordnung. Das andere Museum, das Ayushi und Monika bisher gesehen haben, ist das State Museum. Ich bitte sie um einen Vergleich der beiden Häuser aus der Sicht von Selfie-Fotograf\*innen. Ayushi: *»Ich glaube, die Auswahl hier ist größer. Es ist sehr groß. Viele Dinge hier sind sehr bunt, und dort [State Museum] sind sie sehr monoton. Hier haben sie eine Szenerie kreiert, wie ein Filmset.«* Auf meine Nachfrage bestätigt sie: *»Ja, ein Filmset. Wir als junge Generation mögen diese Dinge, wie Filme.«* Ayushi nimmt hier das Thema der Inszenierung, das schon bei Gargi eine Rolle spielt, auf und konkretisiert es. In der speziellen Ausstellungspräsentation, die z.B. mit den nachgebauten Häusern etwas Kulissenartiges an sich hat, erkennt sie eine für sie besonders attraktive Referenz, den Film. Die Omnipräsenz von Bollywood, aber auch vieler regionaler und regionalsprachiger Filmindustrien machen das Kino in Indien zu einem dominanten kulturellen Phänomen, das nicht nur die junge Generation prägt. Filme und ihre Inszenierungstechniken, ihre Ästhetik und die Filmsets sind bekannte und vertraute optische Eindrücke und Erfahrungen mit hohem Wiedererkennungswert. Die kulissenartigen begehbaren Objekte und Installationen im Tribal Museum ermöglichen es Ayushi, sich in ihnen als Akteurin wie in einem Film zu inszenieren und abzubilden. Dagegen ist das monotone »White cube«-Prinzip des State Museums ihr fremd und für sie langweilig. Es hat keine Verbindung zur zeitgenössischen Populärkultur, aber ebensowenig zu anderen, mehr traditionellen kulturellen oder religiösen Räumen, und aufregend exotisch ist es ebenfalls nicht. Mehr als die ausgestellten Objekte trägt zum Ungenügen des State Museum vermutlich die sterile Darbietung bei, die weder das Bedürfnis nach Vertrautheit noch das nach Extravaganz befriedigt.

#### 15.4.1. Das perfekte Selfie

Summer (28) antwortet auf die Frage, was ein Museum zu einem guten Ort für ein Selfie macht: *»Ich glaube, die positive Energie, die dieser Ort hat – und wann immer ich hier bin, bin ich selbst so positiv und friedlich. Das ist das Wichtigste für ein Selfie, dass du diesen Ausdruck im Gesicht hast. Das macht ein perfektes Selfie.«* Für Summer ist also vor allem die positive mentale Wirkung, die das Tribal Museum auf sie hat, ein Kriterium. Aus dieser Sicht wird das Museum zu einem Raum, der die Besucher\*innen für perfekte Selfies vorbereitet, wie die Make-Up-Sektion im Fotostudio. Für Summer scheint

das Tribal Museum seine Besucher\*innen schöner zu machen, und damit fotografisch attraktiver. Das Museum verbessert die Stimmung und damit das Aussehen; es findet eine Art »Stimmungstransfer« zwischen dem Ort und der dargestellten Person statt, der sich optisch (im Bild) manifestiert. Summer interessiert sich mehr für das eigene Gesicht als für die Hintergründe und spricht das auch offen aus. Das Selfie ist eine Art Gütesiegel, das die Wohlfühl-Effizienz des Museums dokumentiert und bestätigt.

Shambhavi (23) erklärt zu den Bildern, die sie im Tribal Museum macht, es seien »Selfies, in denen ich anders aussehe als in meinen sonstigen Bildern, und auch die Hintergründe sind alle sehr beruhigend<sup>31</sup>, und es sieht aus, als sei ich an einem sehr attraktiven Ort, und auch ich schaue attraktiv aus.« Shambhavi beschreibt die Image-Übertragung, die zwischen der Location und dem Selbst stattfindet: Man schaut nicht nur gut aus, sondern entwickelt, indem man attraktive Orte besucht, auch persönlich größeren Reiz. Damit unterstützt der Ort eine positive Selbstkonstruktion, die, wie Falk feststellt, ein Hauptelement der Besucher\*innenerfahrung ist (Falk 2009: 9). Interessant ist dabei nicht nur der Transferprozess, sondern auch die Tatsache, dass Shambhavi das Tribal Museum überhaupt als einen imageförderlichen Ort betrachtet. Denn, wie Interviews in ihrer Altersgruppe<sup>32</sup> gezeigt haben, gilt ein Museum normalerweise nicht als cool.

Auf die Frage, wie sie ihre Hintergründe für Selfies auswählt, antwortet Sana: »Wenn es sehr attraktiv ist und so.« Ihr Freund ergänzt: »Ma'am, wenn wir es das erste Mal sehen und es sehr selten ist.« Seltenheit als Qualitätskriterium für einen guten Selfie-Hintergrund wird auch von Vinay (23) genannt: »Gerade eben habe ich ein Selfie dort [er zeigt auf die Hütten in der Galerie »Tribal Life«] gemacht. In den Hütten. Das war absolut Indien, und es ist das Rarste vom Raren. Man kann es nur noch an speziellen Orten im Dschungel sehen. Deswegen habe ich ein Selfie gemacht.« Monika (23) bringt Vinays Kriterien für den Selfie-Hintergrund in drei Worte: »Selten, wunderschön und einmalig.« Damit erscheint Exotik als positives Auswahlkriterium. Rounds Aussage über die Wichtigkeit der Präsentation von Exotischem im Museum für die Identitätsarbeit von Besucher\*innen wird durch die Selfie-Fotograf\*innen bestätigt (Rounds 2006: 139). Solche Hintergründe wirken aufwertend, denn normalerweise müsste man auf Reisen oder auf Exkursionen in den Dschungel gehen, um sich in dergleichen Szenarien fotografieren zu können. Im Tribal Museum kann das Exotische mit nicht größerem Aufwand als einer Autoriksha-Fahrt ins Bild gebracht werden. Deshalb ist der Außenbalkon, der als Hintergrund ein Dschungelambiente bietet, auch so beliebt bei den Selfie-Fotograf\*innen.

31 In all meinen Interviews ist mir aufgefallen, dass das Wort »beruhigend« (soothing) ein besonders positiv besetzter Begriff in Indien ist, der oft analog zu »wunderschön« und »attraktiv« verwendet wird.

32 Siehe hierzu das Zitat von Anirudh am Beginn des Kapitels.

Bei Vinay gibt es neben dem Exotischen, Einmaligen, Nicht-Alltäglichen noch ein weiteres Kriterium: der Hintergrund repräsentiert Indien, jedoch das alte schöne Indien. Damit verbindet er sein Selfie-Fotografieren mit einem nostalgischen Motiv. Der Sehnsucht nach dem alten schönen Indien wird in einer Kulturtechnik nachgegangen, die selbst Teil des neuen urbanen Verhaltens ist, das die alten Kulturtechniken verdrängt. Diese Spannung scheint ihm nicht aufzufallen. Nostalgie ist, wie Kapitel 12 zeigt, ein starkes Empfinden von Besucher\*innen im Tribal Museum allgemein. Von den Selfie-Fotograf\*innen wird die nostalgische Stimmungsqualität als einziges nicht-visuelles Element im Kriterienkatalog für einen guten Hintergrund angeführt. Allerdings ist nicht ausgeschlossen, dass Vinays Aussage zum schönen Indien auch für mich als ausländische Interviewerin gemacht wurde: in der Annahme, dass ich Indien überhaupt, vor allem aber dieses Indien, nicht hinreichend kennen würde.

Pranali (34) beschreibt die Besonderheit des Museums als Selfie-Hintergrund im Vergleich mit Malls oder Coffee-Shops: *»Es ist deutlich anders. Dort sind moderne Hintergründe, und alles ist künstlich. Hier wurde es auch von Leuten gemacht, aber es bezieht sich auf unseren Vorfahren. Das ist original. Das ist original.«* Sie wiederholt den letzten Satz. Wie schon bei Vinay klingt das Nostalgie-Motiv an. Es zeichnet sich eine Art Gegenwartskritik aus dem Geiste der Selfie-Fotografie ab: Das künstliche heutige Leben produziert nur künstliche Hintergründe, man braucht aber authentische. Das Selfie ist so dominant, dass selbst die Kulturkritik in Selfie-Kategorien artikulierbar sein muss – jedoch auch umgekehrt: Die Kulturkritik ist so dominant, dass selbst die Selfie-Fotografie kulturkritisch präsentiert wird.

Pranali möchte sich zu ihren »Vorfahren« (im kollektiven, nationalen und kulturellen Sinne) in Bezug setzen. Es geht ihr nicht nur um einen attraktiven Ort, der sie selbst attraktiv aussehen lässt, sondern um einen bedeutungs- und belangvollen Hintergrund. Sie hat ihre Familie, ihren Sohn und ihre Nichte, mit ins Museum gebracht; damit spielt für sie die Frage nach den »Vorfahren«, nach eigener Verortung, nach historischer Kontinuität eine konkretere Rolle als z.B. für die jungen studentischen Selfie-Besucher\*innen. Bei ihrem Fotografieren stellt sie sich mit ihrem Selbst und ihrer Familie symbolisch in eine Zeitlinie von »Damals« bis »Heute«. Auch bei ihr findet sich das unerkannte, jedenfalls nicht diskutierte Spannungsverhältnis zwischen der zeitgenössischen Kulturtechnik des Selfie-Klickens und der nostalgischen Gefühlsdisposition.

#### 15.4.2. Das performative Selfie

Dass sich Besucher\*innen auch performativ zu den Objekten in Beziehung setzen, ist mir besonders vor der Maskenwand aufgefallen, aber auch bei den Figurengruppen auf den Fluren, in die sich Besucher\*innen oft hineinstellen und als weitere »Figur« posieren.

Summer beschreibt das Zustandekommen ihres Selfies vor der Maskenwand so:

»Ich bin nur so herumgewandert, und da habe ich die Wand gesehen. Also dachte ich, davor sollte ich ein Selfie machen. [...] Und ja, ich habe all die Gesichter gezogen und versucht, lustig auszusehen. [...] Ich bin eine lustige Person und deshalb habe ich das Selfie gemacht. Sie [die Selfies] zeigen unterschiedliche Gesichter und jedes einzelne Gesicht ist verschieden. Ich glaube, jede\*r versucht, das so zu machen.«

Summer hat den Hintergrund wegen des performativen Potentials der Wand aus- gesucht und dementsprechend auch die Art und Weise gewählt, sich davor in Szene zu setzen. Die Masken haben hierbei die Funktion eines Co-Ensembles, das das eigene Spiel anregt und unterstützt. Die Masken, als Co-Schauspieler\*innen, helfen Summer, sich in ihrer Selbstinterpretation (Rolle) als »lustige Person« zu inszenieren und diese damit zu bestätigen. Diese Identitätsbestätigung findet vor digitalem (Freund\*innen und Follower\*innen in den sozialen Medien) und wirklichem Publikum (andere Museumsbesucher\*innen) statt. Damit ist Summer ein Beispiel für Rounds Einschätzung, dass ein Museumsbesuch sowohl zur Identitätskonstruktion als auch zu ihrer Mitteilung nach außen wichtig ist (Rounds 2006: 137). Summer sieht sich bei ihren performativen Selfies ihre Co-Schauspieler\*innen gründlich an. Sie weiß, dass alle Masken verschieden aussehen – auch deshalb, weil sie versucht hat, die Gesichter zu imitieren. In ihrem Fall kann in der Tat von Selfies als »*engagement techniques*« (Burness 2016: 102) gesprochen werden.

Dass das Performative nicht nur eine Technik ist, um sich zu Objekten in Beziehung zu setzen, sondern eine weitere Funktion hat, geht aus einer Äußerung von Sana hervor: »Wenn wir die Mall besuchen, dann haben wir nur Lichter und nichts sonst. Aber wenn wir das Museum besuchen, dann sehen wir die Gesichter [Masken]<sup>33</sup> und alles. Und so ahmen wir die Gesichter nach [*make faces of that*]; damit haben wir eine Erinnerung, dass wir hier waren.« Während des Interviews erstellt die Gruppe weiter Selfies vor der Wand. Es wird nicht nur mimisch agiert; die Gruppenmitglieder breiten auch ihre Arme aus oder lehnen sich mit dem Kopf an die Masken, als würde es sich um Personen handeln. Das performative Interagieren mit den Objekten wird mir von Sana als Erinnerungstechnik vorgestellt. Ich soll nicht denken, es handele sich bloß um Spaß oder Unsinn, auch wenn es zunächst so aussehen mag. Sana ist sich bewusst, dass ich ihre Freund\*innen beim Selfie-Klicken beobachten kann, während sie mit mir spricht. Indem sie das Selfie als Erinnerungsstütze deklariert, will sie ihm eine rationale und positive Bedeutung verleihen. Erinnerungen zu schaffen, ist in ihren Augen ein originärer Zweck eines ernsthaften Museumsbesuchs; daran soll das Verhalten ihrer Freund\*innen gewissermaßen angebunden und damit norma-

33 Das Interview fand vor der Maskenwand statt.

tiv abgesichert werden. Sana kämpft hier gegen ein angenommenes Vorurteil an, das sie bei mir, der Angehörigen einer älteren Generation, automatisch voraussetzt.

Dass dieses performative Sich-in-Szene-Setzen nicht nur auf die Maskenwand beschränkt ist, beschreibt Summer auch:

»Also, wenn ich mal über eines meiner Selfies reden soll [...]: Es war eigentlich kein Selfie [es war eine fotografische Selbstdarstellung, die ein Freund für sie gemacht hatte] [...], sie haben diesen großen Ring<sup>34</sup>, diesen Armreif. Ich war in dem Armreif, du weißt, ich sollte da eigentlich nicht hineingehen. Aber irgendwie habe ich es geschafft, und ich habe ein Foto gemacht. Es war so riesig und ich war so beeindruckt von diesem Armreif, du kannst es hier sehen [...]. Schau dir die Details an. Also ich finde, es ist wunderschön.«

Sie zeigt mir daraufhin das Foto auf ihrem Smartphone.

Das Bild zeigt Summer, die in den Armreif geklettert ist und ihre langen Haare über den Rand hängen lässt. Das Bild ähnelt einem Modelfoto, mit Summer als Modell und dem Reif als Kulisse. Der Armreif ist eine vergrößerte Replik eines Brautgeschenks an jungverheiratete Frauen. Er steht für Weiblichkeit und Jugend. Mit diesem ungewöhnlichen und sogar verbotenen Akt, der Mühe und Zeit gekostet haben muss<sup>35</sup>, soll die Besonderheit des fotografierten Selbst akzentuiert werden: Nicht viele Leute haben sich getraut, so etwas zu tun. Gleichzeitig scheint durch die Aufgabe der objektivierenden Distanz, durch die physisch realisierte Grenzüberschreitung, eine besondere und persönliche Beziehung zum Ausstellungsgegenstand entstanden zu sein. Aus der Innenperspektive hat Summer die Dimensionen, die enorme Größe des Objekts nicht nur gesehen, sondern geradezu erlebt. Das intensiviert die Wahrnehmungserfahrung. Bezeichnenderweise bezieht sich ihr abschließendes Urteil »wunderschön« auf Foto und Gegenstand gleichermaßen.

## 15.5. Das Unbehagen beim Selfie-Klicken und der Umgang damit

Diefenbach und Christoforakos stellen für den deutschsprachigen Raum ein sogenanntes »selfie paradox« fest: »While many people are contributing to the success of selfies, only few declare true commitment« (Diefenbach, Christoforakos 2017: 12). Bei den Interviewten im Tribal Museum ist ebenfalls eine Paradoxie zu konstatieren, die über den von Diefenbach und Christoforakos beschriebenen Kontrast zwischen Tun und Erklären noch hinausgeht. In den vorangegangenen Abschnitten wurde bereits deutlich, wie zögerlich und unbehaglich die Interviewten diese Nutzung zugeben. Die

34 Der Armreif befindet sich in der Galerie »Tribal Aesthetics«.

35 Der Wärter der Galerie hat seinen Stuhl am Eingang direkt neben dem Reifen. Summer muss gewartet haben, bis er kurz weggegangen ist.



folgenden Abschnitte nehmen die rhetorischen Strategien und die Narrative in den Blick, mit denen Selfie-Besucher\*innen mir (und sich selbst) gegenüber die von ihnen als problematisch, wenn nicht geradezu schuldhaft empfundene Praxis rechtfertigen.

### 15.5.1. Die guten Selfie-Besucher\*innen

In der Literatur zum Thema Selfies und Museum wird öfters argumentiert, dass es beim Selfie-Klicken weniger um das fotografische Bewahren von Erinnerungen geht, sondern mehr darum, ein aktuelles Ereignis zu kommunizieren und zu promoten (Senf, Baym 2015, Davison 2015, Hess 2015). Dem widersprechen die Besucher\*innen, die im Folgenden zu Wort kommen. Dabei wird zum ersten Mal eine Gedankenfigur verwendet, die in Variationen im gesamten Kapitel vorkommen wird: der/die »gute« Besucher\*in.

Yash (15) erklärt stellvertretend für seine gleichaltrigen Freund\*innen, warum sie Selfies im Museum machen: *»Als Beweis, den wir unseren Eltern zeigen können, dass wir das Museum besucht haben. Manchmal, du weißt ...«* Nachdem ich bestätigt habe, dass ich seine generelle Anspielung auf das Misstrauen von Eltern verstehe, setzt er neu an: *»Und, dass wir gute Erinnerungen an einen besonderen Ort kreieren können. Darüber hinaus ist es ein Ding fürs Andenken. Wenn wir erwachsen werden, dann können wir dadurch zurückgehen in unsere Kindheitserinnerungen.«* Obwohl Yash erst 15 Jahre alt ist, führt er eine traditionelle kulturelle Praxis zur Verteidigung von Selfies ins Feld: ausgedruckte Fotos und Fotoalben als Instrumente der Erinnerung. Möglicherweise haben seine Eltern für ihn solch ein Album angelegt. Daher weiß er, dass Erwachsene diese Praxis gutheißen und propagieren. Mit der Aussage *»Manchmal, du weißt«*, hat er mich bereits selbstverständlich dem Kreis von Eltern und anderen älteren Leuten zugeordnet, die sich bei Kontrollmethoden gegenüber Teenager\*innen auskennen. Dementsprechend vertraut er darauf, dass ich den (auf meine Generation zugeschnittenen) Albumhinweis als Rechtfertigung für die Selfie-Fotografie einleuchtend finden werde. Er verweist zwar an anderer Stelle im Interview darauf, dass die Museumsautoritäten selbst diese Praxis mit ihrer Foto-Erlaubnis sanktionieren. Aber ganz sicher scheint er nicht zu sein, ob das als Legitimation seines Tuns wirklich ausreicht. Sonst würde er keinen solchen Begründungsaufwand treiben.

Gayatri (25) hebt ebenfalls den Souvenircharakter ihrer Selfies hervor: *»Wenn wir einen Ort wie diesen besuchen, dann drucke ich mir manche Fotos aus und bewahre sie in meinem Tagebuch auf. Aber das mache ich nur für spezielle Orte, nicht überall.«* Wie Yash führt Gayatri eine traditionelle Kulturpraxis als Rahmen für ihre Selfies ein, in diesem Fall das Tagebuch mit beigelegten ausgedruckten Fotos als visueller Gedächtnisstütze. Sie weiß, dass das Tagebuchführen als kultiviert gilt und damit der/die Tagebuchschreiber\*in als ernsthafte Person wahrgenommen wird, die über vergangene Erlebnisse reflektiert. So präsentiert sie sich mir gegenüber. Gayatri macht deutlich,



dass diese kultivierte und reflexive Rahmung des Selfies nur für »spezielle Orte« wie das Museum gilt. Daneben scheint es bei ihr eine andere, »normale« Selfie-Praxis zu geben. In ihrer Argumentation wertet das Museum die Selfie-Praxis kulturell auf. Durch die von ihr beschriebene Aufbereitung im Tagebuch, durch die Hinzufügung der Erinnerungsdimension, wird die sonst aufs Hier und Jetzt begrenzte Flüchtigkeit der Fotos transzendiert.

Das Erinnern steht auch im Mittelpunkt von Gaergis Einlassung:

»Also, wir als Youngster, wann immer wir reisen, wollen wir Fotos, sodass wir uns erinnern. Sie sind Andenken für uns. Wir wollen nicht, dass jemand versäumt, das zu sehen. [...] Wir sind im Abschlussjahr. Deshalb werden wir uns danach nicht mehr oft sehen können. [...] Deshalb wollen wir alle im Bild sein. Und wenn niemand da ist [um zu fotografieren], dann machen wir Selfies.«

Der Museumsbesuch wird von ihr wie ein Erlebnis während einer Reise gesehen. Das entspricht dem Motiv des Exotischen, dem wir im vorangegangenen Abschnitt begegnet sind. Gaergi präsentiert die Selfies als dokumentarische Meilensteine des biografischen Wegs, den sie und ihre Kommilitonen zurücklegen. Auch sie spricht über die Selfies wie über Fotos in einem Album, gleichzeitig jedoch hat sie die Kommunikation des Erlebten im Blick. Sie möchte, dass andere außerhalb der Gruppe an dieser Station der Lebensreise teilnehmen. Gaergi scheint sich im Übrigen des verbreiteten Verdachts bewusst zu sein, Selfie-Klicker\*innen seien selbstbezogen. Darauf deutet der Satz hin: »Wir wollen nicht, dass jemand versäumt, das zu sehen« – eine Aussage, die auf die Teilhabe anderer an ihrer Erfahrung abhebt und so dem Eindruck des Narzissmus entgegnen wirkt.

Der Familienvater Sandeep (45), zum ersten Mal in diesem Museum, ist mit einem Selfie-Stick ausgerüstet. Zur Motivation der Besucher\*innen erklärt er:

»Ich glaube, wenn Leute hierherkommen, dann wollen sie ein paar Andenken haben, die sich um sie drehen oder in denen sie selbst zu sehen sind. Und, lass uns sagen, in ein paar Jahren, wenn sie durch ihre Erinnerungen gehen, dann können sie sehen, was sie gemacht haben. Es ist alles der Erinnerungen wegen.«

Für Sandeep sind die persönlichen Andenken der einzige Grund, Familien-Selfies zu machen. Social Media erwähnt er im ganzen Interview nicht. Damit ist bei ihm die Selfie-Praxis abgekoppelt von Facebookpräsenz und Selbstpromotion. Der Verzicht auf Social Media dürfte mit seinem Alter, aber auch mit seiner gefestigten familiären und gesellschaftlichen Rolle zu tun haben: Sandeep braucht keine Identitätsarbeit (mehr) zu leisten; seine Position, seine Stellung im Verwandten-, Freundes- und Bekanntenkreis und sein sozialer Status sind bereits ausverhandelt. Das im Museum Erlebte soll nicht kommuniziert, sondern für später konserviert werden.

Selfies werden von ihm damit im Sinne traditioneller Familienfotografie genutzt, wobei der Speicher des Mobiltelefons die Funktion des Albums übernimmt.

Dennoch gibt es einen Unterschied zur hergebrachten Praxis: Durch den Selfie-Stick verändert sich die Anordnung der Personen auf den Bildern. Man stellt sich nicht wie für traditionelle Bilder in einer Reihe, eventuell hintereinander gestaffelt, auf, sondern die Familie gruppiert sich um den Stick. Damit wird nun die Hierarchie auf den Fotos dadurch festgelegt, wer jeweils den Stick hält und wie weit die Familienmitglieder vom Stick entfernt sind. Damit wird die sonst weitgehend vorab festgelegte, gleichsam offizielle Choreografie der traditionellen Familienfotos, in denen jede\*r ihren/seinen zugewiesenen Platz hat, zu einer eher informellen Situation hin aufgebrochen. Der Selfie-Stick schafft eine neuartige visuelle Selbstrepräsentation der Familie.<sup>36</sup>

Sandeep hat als Einziger in dieser Nutzungsgruppe ein völlig ungebrochenes Verhältnis zum Selfie-Klicken im Museum. Er sieht darin nichts Problematisches und hat daher auch keine Verwendung für Rechtfertigungsnarrative oder Verschleierungsmanöver. Der Grund mag darin liegen, dass seine Selfie-Aktivität in einer traditionellen Praxis (der Familienfotografie zu Erinnerungszwecken) verankert ist und nichts mit neuen, unter Verdacht stehenden Motivationen wie Selbstmarketing oder Selbstdarstellung zu tun hat. Diese Verankerung gibt ihm eine Sicherheit bei der Diskussion über sein Tun im Museum, die bei fast keinem anderen der Interviewten zu finden war.

### 15.5.2. Die »anderen« Selfie-Klicker\*innen

Dass das Selfie-Thema mit besonderen Komplikationen verbunden ist, konnte ich einer Äußerung von Pranali entnehmen: »*Eigentlich möchte ich dir eine ehrliche Antwort geben. Ich möchte nicht die Antworten manipulieren, nur weil du mich fragst. Nicht: Du fragst mich und ich sage nein, nein, nein – aber gleichzeitig mache ich Selfies.*« Pranali spricht offen über die Versuchung zur Unaufrichtigkeit. Darüber, dass das reale Selfie-Verhalten gelehnt und eine fiktive Position bloß für die Zwecke unseres Gesprächs bezogen werden könnte: »*nur weil du mich fragst*« Diese Formulierung kann in diesem Zusammenhang zweierlei meinen. Einmal die Tatsache, dass überhaupt jemand fragt und damit von Pranali eine Reflexion über das eigene Tun verlangt. Oder spezieller das Faktum, dass ich sie als Ausländerin und Forscherin frage – womit Pranali zu einer Art Repräsentantin der indischen Kultur wird, die nicht als Selfie-Kultur präsentiert werden soll. Eine solche Tendenz, die wahren Motive des Besuchs zu

36 Wie strikt typisiert diese Chorografie sonst in der Regel ist, konnte ich erleben, als ich Großfamilien im Museum bat, sie fotografieren zu dürfen. Innerhalb kürzester Zeit fand jedes Mitglied dem ihm zustehenden Platz. Das älteste Paar nahm die Mitte ein; die anderen Paare gruppierten sich entweder nach Alter (und damit Stellung im Familienverband) um diesen Senioritätskern herum, oder sie sortierten sich nach Geschlechtern auseinander, sodass auf dem Foto eine männliche und eine weibliche Seite einander gegenüberstanden.

verschleiern, war mir sonst, wie oben schon kurz angedeutet, nur bei einer einzigen anderen Besucher\*innengruppe begegnet: den unverheirateten datenden Paaren. Bei ihnen allerdings lud meine westliche Herkunft eher zu größerer Offenheit ein. Im Falle der Selfie-Nutzer\*innen scheint das umgekehrt zu sein. Andere Besucher\*innen, die ebenfalls nicht primär wegen der Ausstellung gekommen sind, z.B. die Picknicker\*innen, haben dagegen keine Scheu, über ihr Nutzungsinteresse zu reden.

Vinay erklärt mir seine Vorstellungen vom Zweck des Museums:

»Ich denke, dieser Typ von Museum ist da, um Geschichte darzulegen, um über unsere Vorfahren zu berichten [...] Es sollte für Studien, Recherche und all das da sein und nicht für Selfies. Wenn der Grund, warum man Selfies macht, nur Vergnügen ist, dann, denke ich, sollte es total eingeschränkt werden.«

Vinay skizziert in dieser Aussage ein akademisch konservatives Museumsbild. Seine Sicht aufs Museum ist strenger als die von Besucher\*innen mit anderen Nutzungsinteressen. Das Museum ist für ihn überhaupt kein Ort einer unterhaltsamen Freizeitgestaltung, sondern dient ausschließlich dem Wissenserwerb und -transfer. Sehr wahrscheinlich würde er so gegenüber seinen Freund\*innen oder Bekannten nicht reden. Aber mir gegenüber hält er es für nötig, da ich ihn und seine Kolleg\*innen bei einem in seinen Augen unseriösen Verhalten ertappt habe; er meint daher, seine Position als bildungsinteressierter Besucher ostentativ stärken zu müssen. So auch später im Interview, wenn er das Verhalten seiner Gruppe im Museum beschreibt: »Wir lesen die Beschreibungstafeln, was heißt, dass wir also über die Dinge lesen, die wir im Museum sehen.« All das soll offenbar seine angeschlagene Stellung als guter Besucher wieder stabilisieren.

Vinays erste Aussage zum Museumszweck (rein akademisch-bildungsmäßig) lässt für Selfies überhaupt keinen Raum. Ihm muss klargeworden sein, dass er sich damit in eine schwierige Lage manövriert hat; schließlich habe ich ihn beim Fotografieren gesehen und ihn deswegen um ein Interview gebeten. Also schafft er ein Konstrukt, auf das die gesamte Selfie-Verwerfung projiziert wird: das rein zum »Vergnügen« gemachte Selfie. Damit wird gleichzeitig die Existenz eines anderen, unanstößigen Selfie-Typus postuliert. Wie nun ein gutes Selfie beschaffen ist, dazu äußert sich Vinays Kollegin Monika:

»Die Regierung sammelt diese Dinge, die aus dieser Gegend völlig verschwunden sind und die in unserer Gesellschaft nicht häufig sind. Wir können diese Dinge nicht sehr oft sehen und nur an sehr speziellen Orten. Damit sind diese Selfies wichtig. Die Dinge, die wir hier sehen, sind etwas sehr Besonderes und wir sehen sie normalerweise nirgends. So machen wir hier Selfies mit diesen Dingen zusammen, um sie unvergesslich zu machen und um ihre Einzigartigkeit mit anderen zu teilen.«

Monika trägt drei moralische Rechtfertigungen für die Selfie-Fotografie vor: Erstens stehen Selfies im Dienst der ausgestellten und betrachteten Objekte. Durch die Aufnahmen werden sie in der Erinnerung dauerhaft gemacht und der Gefahr des Verschwindens (das in der Realität schon weithin ihr Schicksal ist) entzogen. Zweitens wird ein Dienst an der Gesellschaft geleistet, die hier unter dem Begriff der »anderen« erscheint: Selfies ermöglichen es, dass sie an der Einzigartigkeit der Objekte teilhaben können. Drittens wird eine Bürger\*innenpflicht erfüllt: Der Staat hat mit der Einrichtung und dem Unterhalt des Museums einen erheblichen Aufwand getrieben, und es gehört sich, das wahrzunehmen und anzuerkennen. Wie ihr Kollege Vinay setzt Monika einen umfangreichen Begründungsapparat in Gang, der kaum in einem plausiblen Verhältnis zu ihrem realen Tun steht. Monika und ihre Freund\*innen haben keine Objekte gefährdet oder gar beschädigt, sie verhalten sich nicht anders als die meisten übrigen Besucher\*innen, und das Museum hat mit dem Verkauf einer Lizenz das Fotografieren autorisiert. Trotz alledem erscheint der Gruppe das Selfie-Fotografieren im Museum als starke Normabweichung, die der Begründung und Rechtfertigung bedarf.

Ein weiteres Legitimationsargument in diesem Zusammenhang ist es, dass Selfies dem Museum als Werbung nützen würden. Zu Monikas drei Rechtfertigungen (Selfies im Dienst der Objekte, der Gesellschaft und des Staates) tritt so eine vierte: Selfies im Dienst der Institution selbst. Anders als im Falle der ersten drei kann hier in der Tat ein konkreter Effekt erzielt werden. Shambhaviv erklärt:

»Ich werde das überall hochladen. Sie [das Museum] werden dann viel mehr Besucher\*innen haben. Sie [Shambhavivs Freunde] werden mich fragen, wo bist du, es sieht so wunderschön aus, wo ist dieser fantastische Ort, kannst du ihn mir empfehlen, welcher Ort ist es, ich möchte auch dorthin gehen.«

Auf die Frage, was sie in den Social Media unter den Bildern vermerken werde, stellt sie in Aussicht: »*Du musst unbedingt dieses Ort besuchen. Es ist wunderschön.*«

Shambhaviv präsentiert hier ein Verständnis von Selfies als »kommunikativer Akt«, das in der Literatur häufig diskutiert wird (u.a. Senf, Baym 2015 auch Davison 2015; Hess 2015; Baishya 2015). Sie annonciert sich mir gegenüber als so genannter »Influencer« oder »Scout« für ihre Peers in den Social Media. Ihre enthusiastische Ankündigung: »*Ich werde es überall hochladen*« speist sich dabei aus der Begeisterung für das Museum, aber es handelt sich auch um das In-Aussicht-Stellen einer Art Wiedergutmachung. Sie transformiert mir gegenüber ihren Besucher\*innenstatus oder deutet ihn um: von einer Besucherin, die sich (wie sie selbst meint) nicht recht angemessen verhält, zu einer wertvollen Botschafterin für das Museum, die Zugang zu potentiellen Interessent\*innen hat und damit sogar die Möglichkeit, die Besucher\*innenzahlen zu steigern. Gleichzeitig signalisiert sie damit, dass sie durch ihr Selfie-Klicken nicht so absorbiert war, dass sie die Atmosphäre und die Schönheit des Museums übersehen hätte. Indem sie ihre Freund\*innen ins Spiel

bringt, verleiht sie ihrem Bekenntnis zum Museum eine emotionale und soziale Dimension. Die Position, die sie dem Museum gegenüber bezieht, ist dabei durchaus komplex und anspruchsvoll: Shambavi signalisiert ihre Annahme, dass es in ihrer Altersgruppe ein noch größeres Besucher\*innenpotential für das Haus geben könnte. Darin drückt sich ihr Respekt für die Qualität des Museums aus. Gleichzeitig operiert sie unter der Voraussetzung, dass größere Kommunikationsanstrengungen möglich und sinnvoll wären, und bietet in diesem Zusammenhang ihre Hilfe an.<sup>37</sup> Insofern weist sie neben den Stärken des Museums auch auf ein Defizit hin.

Das ideale Protokoll für die Erstellung eines »guten« Selfies skizzieren fast alle Interviewten gleich. Shambavi:

»Du solltest immer das Ding [Ausstellungsobjekt] betrachten. Weil ein Museum dazu da ist, um Dinge zu betrachten. Es ist nicht nur für Selfies da. Zuerst kommst du hierher und lernst über das spezielle Ding. [...] So, zuerst betrachtest du, und wenn du damit fertig bist, dann kannst Du ein Selfie klicken. Das ist dann kein Problem. Aber wenn du nur kommst, um Selfies zu machen, das ist verrückt. Das ist Zeitverschwendung.«

Grundlage ist hier wieder ein starkes Vorverständnis des Museums als Bildungsinstitution. Mit der beschriebenen Choreografie versuchen die Selfie-Klicker\*innen, sich in das Protokoll eines korrekten Besuchs einzupassen.

Interessant ist hier der Kontrast zu einer Gruppe, die, aus Altersgründen, noch nicht so sicher in diesen kollektiven Einstudierungen ist. Yash (15) beschreibt seine Selfies-Praxis im Museum so: »Wir Youngsters machen überall Fotos. Wir gehen auf die Straße und machen ständig Selfies. Hier machen wir auch einfach Selfies.« Ich hatte Yash und seinen Freund vor ausgestellten Tonpferden in Selfie-Posen beobachtet und nach den Objekten gefragt. Yash: »Eigentlich haben wir uns darum nicht gekümmert. Wir haben nur zwanglos Fotos geklickt.« Sein Freund ergänzt: »Normalerweise schauen wir nicht, was das für ein Objekt ist und warum es hier im Museum steht. Wir nehmen es einfach als Hintergrund und sehen, wie das Design ist.« Zumindest für diese sehr jungen Besucher\*innen ist das Selfie-Klicken also eingestandenermaßen keine »engagement technique« (Burness 2016: 102), mit der eine besondere Beziehung zu den Objekten eingegangen wird. Vielmehr ist der Ausstellungsgegenstand schon zehn Minuten später nicht mehr Erinnerungswürdig. Yash und sein Freund fügen sich nicht in das Narrativ vom »guten« Selfie und Selfie-Besucher\*innen ein, das meine älteren Gesprächspartner\*innen entwerfen.

37 Ähnliche Beobachtungen lassen sich im Besucher\*innenbuch machen, wo Beiträger Defizite (z.B. falsche englische Rechtschreibung auf den Informationstafeln) feststellen und ihre Hilfe anbieten.

## 15.6. Schlussbemerkung

Die Interviews mit Selfie-Besucher\*innen kann man in zwei Gruppen einteilen. Die einen wollen sich überhaupt nicht äußern, verleugnen ihre Selfie-Aktivität und machen nachweislich falsche Aussagen darüber. Die anderen entfalten eine legitimato-  
rische und kompensatorische Eloquenz, deren Elaboriertheit kaum noch in Relation zu ihrer tatsächlichen Aktivität steht.

Obwohl das Selfie-Klicken eine starke Besuchsmotivation und eine dominante Praxis darstellt, stehen die Besucher\*innen ihrem eigenen Verhalten voller Verlegenheit und Widersprüchen gegenüber. Das geht so weit, dass sie Restriktionen für ihr eigenes Tun fordern. Indische Selfie-Klicker\*innen leiden unter Schuldgefühlen. Zu den Konzepten, die zur Bewältigung ersonnen werden, gehören Konstruktionen wie die der »guten Selfie-Fotograf\*innen mit guten Selfies« im Gegensatz zu den »anderen Selfie-Klicker\*innen mit unangemessenen Selfies«. Gute Selfies werden nur nach eingehendem Studium der Objekte als Abschluss eines Lernprozesses erstellt. Sie stehen durch ihre kommunikative Vernetzung mit der Außenwelt als Werbungsinstrument, Dokumentation, Wertschätzungs- und Anerkennungsgeste im Dienste des Museums, der Objekte, der Gemeinschaft und des Staates. Die unangemessenen Selfies werden überall geklickt, dienen nur der Unterhaltung, sind rein narzisstisch, können zu Beschädigungen der Objekte führen und lenken die Besucher\*innen vom eigentlichen Zweck des Besuchs ab: nämlich zu lernen und zu studieren.

Die Stärke dieses Schuldempfindens mag einerseits damit zu tun haben, dass das kulturelle Verhaltensprotokoll in Indiens Museen autoritär und streng ist. Hinzu kommt, dass in einzelnen indischen Museen bereits Selfie-Verbote erlassen wurden, worüber die Medien prominent berichtet haben. Das verstärkt bei Selfie-Besucher\*innen das Gefühl, sie seien Normabweichler\*innen. Nur bei der Nutzung des Museums als Ort für Rendezvous sind mir bei den interviewten Paaren ähnliche Rechtfertigungs-, Verleugnungs- oder Verschleierungsversuche begegnet. Dort jedoch wirkte die Tatsache, dass ich eine westliche Interviewerin war, der Scheu der Befragten merklich entgegen. In der Dating-Gruppe herrschte überdies das Gefühl der Regelverletzung weniger gegenüber dem Museum, sondern mehr gegenüber der Gesellschaft generell.

Vergleicht man die Selfie-Klicker\*innen dagegen etwa mit den »Picknicker\*innen«, die ja ebenfalls vom traditionellen Museumsprotokoll abweichen, stellt man einen deutlichen Unterschied fest. Die picknickorientierten Besucher\*innen nutzen das Museum selbstbewusst für ihre Bedürfnisse um und sprechen offen darüber. Sie stehen offenkundig nicht unter dem Eindruck, dass ihre Praxis eine Normverletzung darstelle und sie sich schuldig fühlen müssten. Ein Grund für diese Differenz könnte in der unterschiedlichen Verankerung der beiden »Umnutzungen« in der indischen kulturellen Tradition liegen. Das Picknick ist eine alte und vertrau-

te Praxis, die bei religiösen Festivals (z.B. Durga Puja), kulturellen Ereignissen (z.B. Ramlila-Aufführungen) oder in Tempeln ihren angestammten, respektierten Platz hat. Selfies dagegen sind ein durchaus neues Phänomen, das vor allem das Individuum und seine Selbstpromotion in den Mittelpunkt stellt und keinen Rückhalt in der indischen Tradition hat. Damit fehlt dieser Besucher\*innengruppe der soziale Kontext, der sie gegenüber der unterstellten oder tatsächlichen Missbilligung der Museumsautoritäten stabilisiert. Ihre Lage unterscheidet sich von der westlicher Selfie-Museumsbesucher\*innen, die diese Stabilisierung nicht brauchen, da die Institution (wie in der Literatur dokumentiert) diese Praxis eher fördert. Nur Familien-Selfies als zeitgenössische Form der traditionellen Familienfotografie unterliegen in Indien diesem Unbehagen nicht.

