

Inhalt

- I. Einführung7**
 - I.1. Bildkommunikation, Bildrepertoires und Bildgedächtnis.....9
 - I.2. Digitale Ästhetik.....12
 - I.3. Strategien der Dissemination16
 - I.4. Methoden der digitalen Bildforschung19

- II. Kommodifizierung des Selbst 27**
 - II.1. Bildmedien und Hashtagging als kommunikative Handlungen31
 - II.2. Bildkontrolle und Blickregime auf Instagram 42
 - II.3. Theorien des kommodifizierten Selbst 45
 - II.4. Distinktion und soziales Kapital 53
 - II.5. Rich Kids of Instagram 58
 - II.5.1. #Instafame: Ikonische Inszenierungen von Reichtum, Luxus und Prestige 60
 - II.6. Selfie Wars: GoPro, Ego Shooter & Gamification 66
 - II.6.1. Ausnahmezustand und Authentizitätsregime 70
 - II.6.2. Der Kampf als mediale Erlebniswelt 72
 - II.6.3. Gamifizierung des Krieges 73
 - II.7. Bildpraktiken der Selbstvermessung 76
 - II.7.1. Verdattung des Körpers..... 76
 - II.7.2. Feedbackschleifen und soziale Kontrolle..... 86
 - II.7.3. Vom Datenkörper zu Big Data 89
 - II.8. Doing Memory: Das Selfie als kuratorische Praxis..... 92
 - II.8.1. Subjekt und Erinnerung 95
 - II.8.2. Erinnerungsort Auschwitz-Birkenau 99
 - II.8.3. Staging History – Inszenierte Geschichte auf Instagram102
 - II.8.4. Szenografien einer Selbst-Kuratierung107

- III. Faciales Regime – Defacement 117**
 - III.1. Prosopopeia 117
 - III.2. Faciales Regime126

III.3. Thanatographien des Weiblichen	128
III.4. Defacement: Kritik der Gesichtserkennung	148
III.4.1. Dekonstruktionen des Facialen	151
III.5. Bildpolitische Kollektive und die Abkehr vom Subjektzentrismus	155
III.5.1. Umbrüche des subjektzentrierten Bildhandelns am Beispiel der Iranproteste 2022	155
III.5.2. Instagram als Medium der politischen Kommunikation	157
III.5.3. Bilder des Protests – Protest der Bilder	160
III.5.4. Selfie-Solidarisierung	162
III.5.5. Selfies den Rücken kehren	164
 IV. Literatur	 179
 V. Abbildungsnachweis	 199
 VI. Drucknachweis	 201