

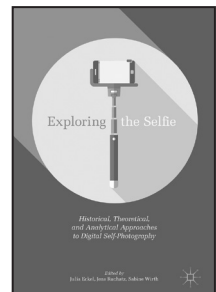
drei Männer (S. 83). Doch woran liegt es, dass schon Kindern ein Bild vermittelt wird, welches nicht der Realität entspricht? Eine mögliche Antwort auf diese Frage liefert die Studie gleich mit. Denn es mangelt nicht nur vor der Kamera an Frauen, sondern vor allem dahinter. Sowohl in der Regie als auch am Drehbuch sind kaum Frauen beteiligt. Und genau an diesem Punkt sehen Prommer und Linke das Problem. Solange Filme und Serien durch Männeraugen hindurch konzipiert werden, können sie der Realität nicht entsprechen. Es braucht zuerst hinter der Kamera Gleichberechtigung, um das auch vor der Kamera umsetzen zu können. Die vorliegende Studie ist nicht nur ein Meilenstein der Genderforschung, sondern liefert zudem wichtige Erkenntnisse im Bereich der Kommunikations- und Filmwissenschaft. Insgesamt wird im Buch eindrücklich und nachvollziehbar beschrieben, wie Frauen in der deutschen Film- und Fernsehlandschaft dargestellt werden.

Lena Baumann, Erlangen

Julia Eckel/Jens Ruchatz/Sabine Wirth (Hg.): *Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. Cham: Palgrave Macmillan/Springer 2018, 392 Seiten, 88, 39 Euro/71,39 Euro (e-Book).

Der 2018 von Julia Eckel, Jens Ruchatz und Sabine Wirth (Philipps-Universität Marburg) herausgegebene Sammelband „Exploring the Selfie. Historical, Theoretical, and Analytical Approaches to Digital Self-Photography“ versammelt Perspektiven internationaler Selfie-Forscher_innen. Die Klammer um diese Vielfalt an Input stellt die Einführung in die Thematik durch die Herausgeber_innen: „The Selfie as Image (and) Practice: Approaching Digital Self-Photography“. Hier wird die normative Ausrichtung des Buches expliziert: „[T]aking and sharing selfies is not just some temporary hype of web culture. Selfie pictures are apparently here to stay [...]“ (S. 1).

Dementsprechend ist es das Ziel des Sammelbandes, den Leser_innen einen sowohl theoretisch als auch medien-historisch fundierten Interpretationsrahmen zu eröffnen, um eine theoretisch-analytische Terminologie zur Auseinandersetzung mit dem Forschungsgegenstand Selfie zu erarbeiten. Der Sammelband richtet sich an zur Online-Kultur Forschende, die an Diskursen über Fotografie und Online-Medien interessiert sind.



Zentral für das Buch ist die Deutung des Selfies als „image practice“ (S. 2). So verortet sich der Sammelband programmatisch in der „basic ambiguity that troubles selfie research“ (S. 4), d. h. im ambivalenten Deutungsfeld des Selfies zwischen fotografischem Selbstporträt und kommunikativem Akt. Das Buch gliedert sich in vier Hauptkapitel. Diese enthalten jeweils drei oder vier Aufsätze, die den Forschungsgegenstand sehr heterogen auf seine Normativität hin befragen.

Im ersten Hauptkapitel „The Selfie in Media Theory and History“ reflektiert ein Aufsatz den Umstand, dass es gerade eine moralisch empörte Medienkontroverse um das Selfie war, die das Selfie zur progressiven Subkultur machte. Ein anderer Aufsatz beleuchtet die Ambiguität der sogenannten Selfie-Reflexivität, d. h. der Auseinandersetzung mit dem Selbst des Fotografen und mit dem Selbst der Fotografie. Ein nächster Beitrag untersucht, inwiefern das Selfie seinen Präzedenzfällen innerhalb der Kunstgeschichte entspricht und doch gegen sie rebelliert. Ein weiterer Aufsatz eröffnet eine kybernetische Perspektive, die argumentiert, dass das Selfie Teil eines größeren technologischen und kulturellen Netzwerks ist, und so gar kein individuelles Selbst erlaubt.

Diskutiert wird das Selfie in Hinblick auf bestimmte Konstellationen zwischen dem Selbst des Subjekts und dem Darstellen desselben.

Die drei weiteren Hauptkapitel diskutieren das Selfie jeweils im Hinblick auf eine bestimmte Konstellation zwischen dem Selbst des Subjekts (Self) und dem Darstellen desselben (Display). Im Hauptkapitel „The Displayed Self: The Selfie as Aesthetic Object and Networked Image“ reflektiert ein Aufsatz die ethische Bedeutung, die dem konkreten Gesicht der Einzelnen in unserer Lebenswelt zukommt. Ein anderer Beitrag interpretiert die im Selfie angezeigte Urheberschaft als autoritäre Gesetze des Selbst. Ein nächster Aufsatz bindet das Selfie wieder an historisch-fotografische Praktiken rück, indem er es als „konkurrierende Fotografie“ (S. 169) deutet und einem sogenannten Anti-Selfie-Genre gegenüberstellt. Schließlich untersucht ein weiterer Aufsatz die Genrefizierung des Selfies im Hinblick auf die dadurch entstehende Reduktion der Bildkomplexität.

Das nächste Hauptkapitel „The Self on Display: Technology and Dispositif of the Selfie“ leitet mit einem Text ein, der die agency-Frage im Selfie diskutiert, indem er das Selfie als fotografische Schnittstellenpraktik beschreibt. Ein weiterer Beitrag analysiert Bewegtbilder, in denen sich Kameraführende selbst filmen, im Hinblick auf die Idee von Mobilität. Anhand

der populären GoPro analysiert ein nächster Aufsatz das Verhältnis von Ästhetik, Körper und Gerät im Motiv des „fallenden Fotografen“ (S.274). Am Beispiel sogenannter *Robot Selfies* expliziert ein weiterer Beitrag, was es eigentlich für eine Maschine bedeutet, zwischen Selbstreflexion und -transformation zu vermitteln.

Das letzte Hauptkapitel „Displaying the Self: Social, Political, and Creative Interventions“ untersucht zum einen ein Subgenre des Selfies, das japanische Purikura, um die Struktur des Gefühls im Selfie herauszuarbeiten. Zum anderen analysiert ein Text Selfies von Kindern mittels der Genealogie älterer Schreib- und Grafikpraktiken. Abschließend zeigt die ethnographische Studie einer Berliner Hauptschule in einem letzten Aufsatz, wie ästhetische Prozesse ambivalent auf soziale Positionierung und Identitätskonstruktion reagieren.

Insgesamt eignet sich der Sammelband sehr gut, um einen Eindruck von dem breit aufgestellten Feld der aktuellen wissenschaftlichen Selfie-Forschung zu gewinnen, die das Selfie zunehmend in seiner kulturpolitischen Bedeutung digital-sozialen Wandels versteht und so einen spannenden Fluchtpunkt zu vielen öffentlichen Debatten markiert, in denen sich vereinfachte Pathologisierungen des Selfies hartnäckig halten wollen.

Kristina Steimer, München

Markus Wiesenberg: Strategische Kommunikation deutscher Großkirchen. Von kirchlicher Publizistik zur strategischen Kirchenkommunikation. Wiesbaden: Springer 2019, 367 Seiten, 49,99 Euro/ 39,99 Euro (eBook).

Markus Wiesenberg legt in seiner Dissertationsschrift den Entwurf einer Kirchenkommunikation und ihrer Teilbereiche vor. Er tut dies mit Bezug auf aktuelle gesellschaftliche Veränderungen, die auch die Kirchen betreffen. Die Prognose „Kirche im Umbruch – Projektion 2060“ (vgl. EKD/DBK o.J.) zeigt, dass die Kirchen bis 2060 einen 50 prozentigen Rückgang ihrer Mitglieder erwartet. Mehr als die Hälfte dieses Rückgangs hängt mit Faktoren zusammen, die die Kirchen beeinflussen können. Deshalb erscheint Wiesenbergs „interdisziplinärer Brückenschlag zwischen Religionssoziologie und Kommunikationswissenschaft“ (S. V) zum richtigen Zeitpunkt. Adressaten sind Wissenschaftler ebenso wie Praktiker.

