

Rebekka Balsam

Selbstinszenierung durch Fotografie

Die Pose als Mittel der Selbstdarstellung am Beispiel von *studivZ*

vwh

Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

R. Balsam: Selbstinszenierung durch Fotografie

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://www.d-nb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2009

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung außerhalb des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen jeder Art, Übersetzungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Lektorat und Satz: Werner Hülsbusch

Umschlag: design of media, Lüchow

Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-58-2

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	9
1	Einleitung	11
2	Skopisches Regime und die Bedeutung der Kamera nach JACQUES LACAN und KAJA SILVERMAN	17
2.1	Die Grundstrukturen des Feldes der Sichtbarkeit	17
2.1.1	Selbstkonstitution im Spiegelstadium nach JACQUES LACAN: „Das Ich ist ein anderer“	20
2.1.2	Der <i>gaze</i> – das Blickregime	24
2.1.3	Der <i>screen</i>	27
2.1.4	Das geteilte Subjekt – <i>subject-as-look</i>	30
2.2	Subjektkonstitution im Feld der Sichtbarkeit – <i>subject-as-spectacle</i>	31
2.3	Die Kamera als Materialisierung des <i>gaze</i>	32
2.4	Die Zurichtung des Sehens durch die Kamera nach JONATHAN CRARY	33
3	Selbstinszenierung des Subjekts im fotografischen Blickregime durch die Pose	39
3.1	Das fotografische Blickregime	39
3.2	Das Subjekt im fotografischen Blickregime	42
3.3	Subjektkonstitution durch Fotografie	45
3.4	Potenziale der Kamera und des eigenen Bildes	48
3.4.1	Die Lust am Schauen nach LAURA MULVEY	49
3.4.2	Die geschlechtliche Dimension des Blickens	52
3.5	Fotografie als Mortifikation des Subjekts – das Innehalten als Pose	54
3.6	Die Pose als Mimikry des Subjekts	58
3.7	Die Pose als kulturelle und sozialisierte Form	60

4	Die Bedeutung der Pose aus soziologischer Sicht nach ERVING GOFFMAN	63
4.1	Impression Management und soziale Rolle	63
4.2	Soziale Rolle und Selbst	65
4.3	Die Rolle als glaubhafte Inszenierung der zentralen Werte einer Gesellschaft	68
4.4	Intersubjektives Verständnis von konventionellen Darstellungen	71
4.5	Hyperritualisierung der gesellschaftlichen Werte in Bildern der Werbung	74
4.6	Die Porträtpose als identitätsstiftendes Emblem	76
5	Das Online-Portal <i>studiVZ</i>	81
5.1	Geschichte und Mediadata des <i>studiVZ</i>	81
5.2	Kritik am Onlineportal <i>studiVZ</i>	85
5.3	Aufbau und Funktionen des persönlichen Nutzerprofils	87
5.4	Bedeutung des eigenen Profilbildes	90
6	Methodische Vorgehensweise der Analyse	93
6.1	Ziel der Analyse in Bezug zum theoretischen Überbau	93
6.2	Polysemie des Untersuchungsobjekts und Problematisierung des Betrachterstandpunkts	95
6.3	Stellungnahme zur Interpretation des Bildmaterials	97
6.4	Vorgehen bei der Auswahl der für die Untersuchung verwendeten Bilder	98
6.5	Psychoanalytische Methoden der Bildanalyse	101
6.6	Konkrete Vorgehensweise als mehrstufiges Modell	102
7	Theoriegeleitete Interpretation von Körperhaltungen und Bildung von Posenkategorien aus dem Analysematerial	107
7.1	Wissenschaftlicher Bezugsrahmen	107
7.2	Grundkategorien der Körperhaltung	110
7.3	Geschlechtsspezifik der Körperhaltungen	113
7.4	Das Gesicht	117

7.5	Die besondere Bedeutung des Blicks	120
7.6	Einheitlichkeit des Bildmaterials und Klassifikation in Blickkategorien	124
7.7	Erstellung einer Posentypologie und kategorienunabhängige Ergebnisse	128
8	Einzelanalyse von ausgewählten Posenkategorien	135
8.1	Blickkategorie 1	135
8.1.1	„Sympathisch-vermittelnde“ bzw. „sympathisch-unsichere“ Inszenierung	135
8.1.2	Kokette Inszenierung des Seitenblicks	138
8.1.3	„Sympathisch-selbstsichere“ Inszenierung	140
8.1.4	„Verkleinernde“ bzw. „verniedlichende“ Inszenierung aus der Aufsicht	141
8.1.5	Freundliche Inszenierung aus der Untersicht	143
8.2	Blickkategorie 2	144
8.2.1	„Lässig-distanzierte“ Inszenierung	144
8.2.2	„Selbstsicher-dominante“ Inszenierung	146
8.2.3	Starke Inszenierung aus der Untersicht	149
8.3	Blickkategorie 3 – „sich-entziehende“ bzw. „abwesende“ Inszenierung	150
9	Inhaltsanalytischer und statistischer Vergleich zur Nutzungshäufigkeit der verschiedenen Posenkategorien nach Geschlecht und Studiengang	153
9.1	Studiengangsspezifische und geschlechtsspezifische Betrachtung der Nutzungshäufigkeiten der Einzelposen	154
9.1.1	Studiengangsspezifisches Verhalten	155
9.1.2	Geschlechtsspezifisches Verhalten	161
9.1.3	Geschlechts- und studiengangsspezifisches Verhalten anhand der erstellten Blickkategorien	166
9.2	Chi-Quadrat-Test zur Bewertung des Einflusses der gewählten Variablen auf die Blickinszenierung	170
9.2.1	Korrelation von Studiengangswahl und Geschlecht	171
9.2.2	Korrelation von Geschlecht und Blickverhalten	172
9.2.3	Korrelation Studiengang und Blickverhalten	174
9.3	Interpretation der Ergebnisse	176
10	Schlussbetrachtung	181

11	Anhang	185
11.1	Angewandte statistische Methoden und Koeffizienten	185
11.1.1	Verfahren des Chi-Quadrat-Tests	185
11.1.2	Anwendungsvoraussetzungen für den Vierfelder-Chi-Quadrat-Test	186
11.1.3	Vergleich mit einem kritischen χ^2_{α} -Wert	187
11.1.4	Anwendung auf die vorliegenden Daten	190
11.1.5	Phi-Koeffizient	191
11.1.6	Cramér's V	192
11.2	Literaturverzeichnis	193
11.3	Personen- und Sachregister	200