

Ich-Modelle

Von Martin Geisler Mittlerweile im Hyper-Mainstream angelangt, nervt der Boom selbstverliebter Selfies schon etwas. Klar ist jedoch: In unserer von Bildern dominierten Gesellschaft hat das Portrait längst eine Schlüsselrolle inne. Als Konfrontation mit dem Selbst, mittels Innen- wie auch Außenansichten, hat sich die Portraitfotografie in der fotopädagogischen Projektarbeit als ebenso effektive wie auch kreative Methode zur Selbstreflexion erwiesen.

DAS PORTRAIT ALS CHANCE ZUR SELBST- UND FREMDWAHRNEHMUNG



Portraits, gleich ob als Gemälde oder Fotografie, sind stets eine Auseinandersetzung mit dem Ich. Dass sich diese Beschäftigung auf mehr als nur reine Äußerlichkeiten bezieht, deutet sich in vielen Aspekten an. So wurde die Fotokamera beispielsweise von den Tepehuanes von Mexiko als „Seelenklau-Maschine“ beschrieben, die die Seelen der Fotografierten isst, zerstört oder raubt.¹ Viele Ethnologen berichten ausführlich von der Furcht und dem Schrecken, die die Kamera bei Bewohnern Afrikas, Asiens oder Amerikas auslöst.²

Obwohl wir uns weitestgehend von der Vermutung verabschiedet haben, dass das fotografische Abbild eines Menschen dessen Seele stiehlt, wohnt dem Portrait auch heute noch eine gewisse Mystik inne. In der zunehmend visuell geprägten Gesellschaft erlangt das Selbstbild ein breites Spektrum. Wir versuchen uns, abhängig vom herrschenden Schönheitsideal, ins „rechte Licht“ zu rücken, sobald eine Kamera auf uns gerichtet ist. Sofort setzen wir eine Maske auf und rufen die Mechanismen gesellschaftlicher Normen und Provokationen ab. Aber auch wenn wir uns selbst fotografieren, spielen wir mit dem Betrachter des gerade entstehenden Bildes und nehmen so eine Beobachtungsperspektive von uns selbst ein. Aktuelle Beispiele hierzu finden sich unter dem Stichwort **Duckface** im Netz. Ohne Zweifel wirken hier auch die Präsentations- und Verteilungsplattformen der Bilder. Die Zeiten, als Fotos in Schuhkartons unter dem Bett verschwanden, sind vorbei. Das Internet, das World Wide Web, die Chance der Teilhabe und die kreisende Erregung durch das „Teilen“ und „ReTweeten“ von Bildern machen uns zu Produzenten des Selbstbildes. Wir entdecken neue Seiten an uns, ärgern uns über unvorteilhafte Momentaufnahmen, versuchen zu filtern und helfen via **PHOTOSHOP** und Co. nach. Wer sich auf diese Reise macht, kann sich verlieren, mit sich kämpfen und streiten, kann sich konfrontieren und verlieben, kann sich neu entdecken und in Kontakt zu sich geraten. So hat die Porträtfotografie eine erweiterte Spiegelmetaphorik

und regt das „Innere Team“³ an. Wir erkennen uns selbst und werden uns der Vielfalt, Spannung und Einheit unserer Ichs bewusst.

PORTRÄT UND IDENTITÄTSBILDUNG

Der französische Fotograf, Schriftsteller und Zeichner **Gaspard-Felix Tournachon-Nadar** hatte 1855 das Ziel, nicht mehr nur die Schönheit und Erhabenheit einer Person abzubilden, sondern deren Charakter darzustellen. Und **Herbert Bayer** fragte 1932 in seinem Selbstporträt nach der eigenen Realität.⁴ Auch Wünsche, Träume, Sehnsüchte und Prozesse sind mittlerweile in Abbildungen eingeflossen. Dabei ist hier nicht die Kunst-, Auftrags- oder Pressefotografie ausschlaggebend, sondern die Amateurfotografie. Laien, die weniger Bedeutung auf Gestaltung, Licht, Farben usw. legen, konzentrieren sich auf die Momente des eigenen Lebens.

Gerade in einer medial dominierten Sozialisation spielt die Reflektion des eigenen Handelns eine große Rolle. Mittelbare Handlungen führen zu unmittelbaren Reaktionen. Soziale Netzwerke und das „digitale Portrait“ (mitsamt den Angaben zu unserer Person) fordern uns auf, unsere sozialen Rollen⁵ miteinander abzugleichen, zu konfrontieren und zu vereinen. Die Fragen, die uns soziale Netzwerke, Computerspiele und das Portrait stellen, sind ganz ähnliche, wie wir sie uns selbst oft stellen: Wer möchte ich sein? Wer möchte ich nicht sein? Wie sehen mich andere? Wie möchte ich, dass andere mich sehen? Die Antworten auf diese Fragen sind nicht einfach, sondern intim und führen uns in eine Auseinandersetzung mit der eigenen Identität. Gelingt die Aushandlung dieser Anteile entsteht „Ich-Identität“: das Gefühl von Einheitlichkeit und Kontinuität einer Person.⁶ Die Bildung von Identität als Fähigkeit, sich als vollständig zu empfinden, sich im sozialen Umfeld darzustellen und akzeptiert zu werden, ist eine wesentliche Entwicklungsaufgabe. Es ist bekannt, dass Identität dabei nicht gefunden oder nur von einem selbst konstituiert wird, sondern dass sie im Wechselwirkungsprinzip zu anderen auszuhandeln, ja oft auch zu erstreiten ist.⁷

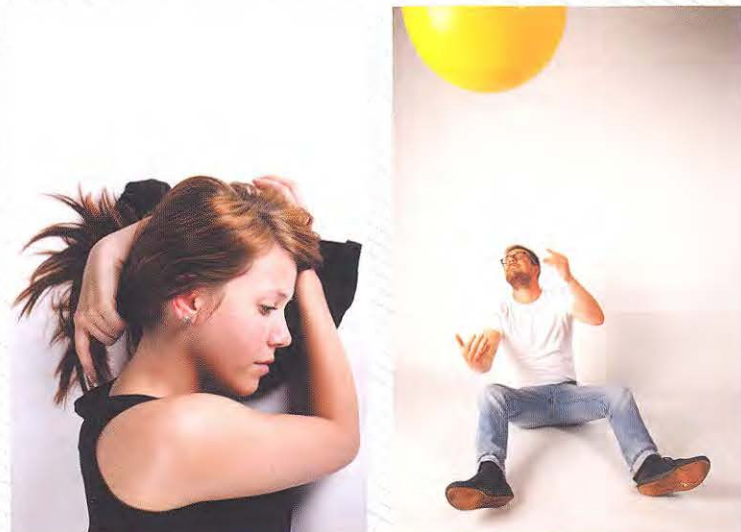
Kein Wunder also, dass die Selbstfindung und Selbstdarstellung insbesondere in der Phase der Adoleszenz und Pubertät an Intensität gewinnt und vielfältigste Erscheinungsformen einnimmt. Wenn Menschen gemäß Winter und Eckert „interindividueller Konkurrenz ausgesetzt sind, in der sie sich als eine besondere, ja einzigartige Persönlichkeit darstellen müssen, ist ihr Interesse an jeweils neuen Identitätsmustern, an frischer symbolischer Ware, gegeben. Gerade für Jugendliche sind Ausformung und Stilisierung der persönlichen Identität, das Ausspähen von Marktlücken für die persönliche Zukunft, fast ebenso wichtig wie die Aneignung von Ausbildung für die ökonomische Zukunft. Die vielfältigen und gelegentlich exotischen Erscheinungen von Jugendkulturen verweisen auf den Selbstdarstellungsdruck, unter dem Jugendliche stehen.“⁸ Wie George Herbert Mead jedoch beschreibt, ist Identitätsbildung nie abgeschlossen und findet unter Einfluss sozialer Kontexte statt.⁹ In einer zunehmend von Bildern dominierten Gesellschaft tritt das Portrait dabei an eine Schlüsselstelle. Ob Passbild, Profildfoto oder Avatar, wir treten durch ausgewählte Portraits in eine Wechselwirkung mit anderen ein und präsentieren dabei stets Anteile unserer Persönlichkeit. Das Umfeld hat die Aufgabe, die angebotenen Identitätsentwürfe zu akzeptieren beziehungsweise konstruktive Vorschläge für Veränderungen zu machen.

STRATEGIEN FÜR DIE SELBSTREFLEXION

Die Auseinandersetzung mit dem Selbstbild erscheint an sich bereits lehrreich und somit im weitesten Sinn pädagogisch. Die Bilder konfrontieren den Betrachter mit sich selbst als gewesenes und aktuelles Wesen und geben Einblicke in die eigene Existenz. Bekannte Philosophen und Psycho-

logen haben sich mit den Formen und Aufgaben des Ichs auseinandersetzt. Allen voran Sigmund Freud mit seinem Strukturmodell der Psyche, bestehend aus dem „Es“, dem „Ich“ und dem „Über-Ich“¹⁰. Die bewusste Auseinandersetzung mit den Entwicklungsaufgaben des Ichs erscheint jedoch oftmals kompliziert und fachlich geschulten Personen vorbehalten.

Als Methode innerhalb der Fotopädagogik kann das Selbstbild genutzt werden, um bewusste Prozesse der Ich-Findung anzustoßen. Die Tiefe der Auseinandersetzung ist dabei von der individuellen Bereitschaft jedes Einzelnen abhängig. So kann Identitätsarbeit mit Kindern, Jugendlichen und auch Erwachsenen auf unterschiedlichem Niveau erfolgen. Das Selbstbild macht Angebote und setzt nicht unter Druck. Gleichwohl regt es an und bisweilen auch auf. Für die meisten Menschen ist das Fotografiert-werden oder Sich-selbst-fotografieren ein sehr emotionaler Prozess. Angst, Verlegenheit, Schüchternheit, Unsicherheit, welche sich auch mit übertriebenen Lächeln oder Fratzen ausdrückt, Hingabe und Exhibitionismus bis hin zum offensiven Selbstexperiment und Freiheitsgefühl können Reaktionen während des Fotografiert-werdens sein. Natürlich beinhaltet auch das fertige Selbstbild verschiedene Reaktionen: die Spannung auf die Begegnung mit dem Ich, die Freude über die reale Wiedererkennung oder über die vorteilhafte Fremdmanipulation, die einfache aber wichtige Bestätigung des Selbstbildes, vielleicht auch die Enttäuschung, sei es durch technisch unausgereifte Mittel, das Erkennen einer eigenen Fehleinschätzung oder gar der Streit über verschiedene Sichtweisen auf das Ich.¹¹



Selbstbilder – Wer bin ich? Wie sehe ich mich selbst?





Fremdbilder: Wie sehen mich andere?



Um fotopädagogisch zu wirken, helfen vier einfache und zugleich außerordentlich schwere Fragen.¹² Diese Fragen beantworten die Teilnehmenden für sich selbst. Sie fotografieren sich selbst oder wählen aus den anderen Teilnehmenden einen Fotografen und tauschen sich über die gegebenen Antworten aus. Zuerst ist da die Frage nach dem **real privaten Konzept**. Wer bin ich und wie sehe ich mich selbst? Hier können Charaktereigenschaften, Hobbys, Äußerlichkeiten, häufige Emotionen oder soziale Positionen in Bilder übersetzt und ausgedrückt werden.

Die zweite Frage bezieht die persönlichen Annahmen über das Fremdbild ein. Im **real öffentlichen Konzept** stellen sich die Fragen: Wer bin ich für andere und wie sehen mich andere? Gegebenenfalls macht es Sinn sich hierbei auch Meinungen und Ansichten Dritter einzuholen. Vorsicht ist je nach Gruppendynamik und Alter vor Beleidigungen und Verunglimpfungen geboten.

Wünsche, Sehnsüchte und Hoffnungen können in der dritten Phase ausgedrückt werden. Im **privat idealen Konzept** werden die Fragen gestellt: Wer möchte ich sein und wie will ich mich sehen? Es ist denkbar, dass sich bei selbstbewussten Menschen die Angaben zu diesen Bildern mit dem ersten Konzept decken. In den meisten Fällen jedoch lassen sich Differenzen aufzeigen.

Das vierte Konzept ist das **öffentlich ideale Konzept**. Wer soll ich für andere sein? Wie wollen andere mich sehen? In diesen Bildern drücken sich die Erwartungen des persönlichen sozialen Umfeldes aus. Unter Umständen macht es Sinn, sich hier konkrete Bezugspersonen auszuwählen. Da

die Aufgabenstellung jedoch bereits einen sehr persönlichen, fast intimen Bereich anspricht, ist es dienlich, dass konkrete Bezugspersonen ohne Namen und Rolle besprochen werden.

Für diese Methode sollte stets ausreichend Zeit eingeplant werden. Auch biografische Vorübungen können dienlich sein. Studierende der Donau-Universität Krems und der Fachhochschule Köln betonten die Sensibilität so persönlicher Fragen. Kleine Gruppen oder gar Paare sind hier dienlich. Nicht zuletzt, weil auch die Fotografin oder der Fotograf tiefe Einblicke in das Gegenüber erhält. Den Fotografierenden kommt die ebenfalls nicht einfache Aufgabe zu, die gegebenen Antworten in Bilder zu übersetzen. Von ihrer Kreativität ist abhängig, wie deutlich oder abstrakt sich im Bild die avisierten Ausdrücke wiederspiegeln. Ein dialogischer Prozess, bei dem das Model das letztliche Stellvertreterbild wählt, ist anzuraten.

Die Frage nach technischen Aspekten (Studio, Umgebung, Licht und Kamera) kann relativ offen gehandhabt werden. Auch der Einsatz von Handykameras kann sinnvoll sein und Bezug zu weiteren Themenkomplexen eröffnen. Noch etwas intimer sind Aufnahmen, die in persönlichen Bezugsräumen (zu Hause, auf der Arbeit, im Freien) entstehen. Je nach Zeit und Intensität ist der Aufwand einzuschätzen. Im Anschluss an diese Methode ist eine Auswertung wichtig, um Emotionen, Schwierigkeiten, Grenzen aber auch Aha-Effekte zu thematisieren.

VON SELFIES UND SUGLIES

Die Auseinandersetzung mit dem Selbstbild fand und findet auch ohne fotopädagogische Anleitung statt. Wie bereits beschrieben, ist insbesondere in der Pubertät der Drang nach Selbstdarstellung und Selbstinszenierung ein Experimentieren und Provozieren mit Ich-Entwürfen, die zur Herausbildung der Ich-Identität dienen. Der Philosoph **Herbert**



Erwartungen: Wie soll ich idealerweise für andere sein?

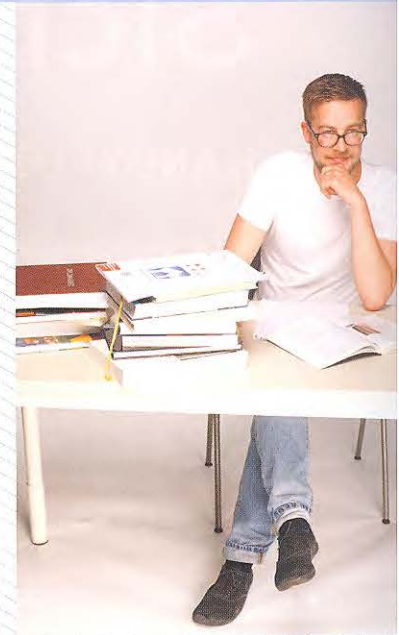
Marshall McLuhan unterstrich mit seiner bekannten Aussage „Das Medium ist die Botschaft“ (1967) die Rolle des jeweiligen Mediums selbst. So erlangt auch das Selbstbild durch Smartphones und durch das Internet eine erweiterte Funktion – und zwar mit teils skurrilen Formen. Ob cool, sexy, dämlich oder verrückt, Selfies sind ein Trend: vor dem Spiegel, nach dem Sex, während des Banküberfalls, als Flitzer beim Sport, als Pilot im Gefecht und sogar als Raumfahrer. Die umfassende Verfügbarkeit der Fotografie gewährt, jede Lebenssituation festzuhalten. Darin wiederum drückt sich eine historische Funktion von Fotografie aus. Zeit wird eingefroren und bedeutsame Momente festgehalten. Ein kollektives Gedächtnis entsteht und erlaubt Rückblicke.

Anders als bei klassischen Fotos, welche teils über weite Zeiträume für Retrospektiven dienen, ist das **Selfie** für die Erinnerung in nahen Zeiträumen und zur Mitteilung gedacht. Die Frage, die sich fotopädagogisch stellt, ist auch die Frage welche Bedürfnisse diese Mitteilungsfreudigkeit ausdrückt? Bereits 1968 prägte der US-amerikanische Künstler **Andy Warhol** die Aussage: „In Zukunft wird jeder 15 Minuten berühmt sein.“ Über die Anerkennung im unmittelbaren Kontext hinaus sucht das Individuum heute auch nach (medialer) Aufmerksamkeit, einer Ressource, die jedoch einen nachhaltigen Umgang benötigt. Es genügt uns nicht, uns allein zu erfinden. Wir wollen wahrgenommen werden, provozieren oder respektiert werden. Kurz: Wir suchen das Gefühl der Wirksamkeit, der Entfaltung, des Einflusses und der Macht. Der Psychologe Karl Haußer nennt dies die „personale Kontrolle“¹² und verdeutlicht somit auch den Wunsch „Gesicht zu zeigen“.

In zügigen Entwicklungen sollte berücksichtigt werden, dass Änderungen und Ausprägungen schnell, gegenläufig und intensiv stattfinden. Dem **Selfie** steht schon das **Suglie** (engl. ugly) gegenüber. Auf der Suche nach Aufmerk-



Wunschbilder: Wer möchte ich sein? Wie will ich mich sehen?



samkeit ist das Verhässlichen eine wirksame Methode. „Schön“ ist eine relativ rationale Einschätzung. „Hässlich“ dagegen ist mit starken Reaktionen wie Abscheu und Schrecken verbunden. Wohl wissend um die Möglichkeit der Manipulation von Fotos und somit der im Alltag angekommenen Kompetenz der Medienkritik, liegt im Verhässlichen das Potenzial, Emotionen beim Gegenüber auszulösen und vielleicht auch neue Seiten von sich selbst zu entdecken.

ANMERKUNGEN

1. Vgl. Frazer, James (1989): Der Goldene Zweig, Hamburg, S. 283
2. Z.B. vgl. Harbsmeier, Michael (1989): Writing and the Other. In: Karen Schouboe und Mogens Trolle Larsen (Hrsg.), Literacy and Society, Kopenhagen.
3. Fabian, Johannes (2000): Out of Our Minds. Reason and Madness in the Exploration of Central Africa, Berkeley.
4. Schulz von Thun, F. (1998): Miteinander reden, Bd. 3. Das „Innere Team“ und situationsgerechte Kommunikation, Reinbek.
5. Vgl. Schafiyha, Liliane (1997): Fotopädagogik und Fototherapie. Beltz Verlag, S. 26 f.
6. Krappmann, Lothar (1971): Soziologische Dimensionen der Identität: Strukturelle Bedingungen für die Teilnahme an Interaktionsprozessen, Stuttgart, Klett.
7. Fritz, Jürgen (2005): Ich chatte also bin ich, Bundeszentrale für politische Bildung. www.bpb.de/themen/YBL3QW,0,0,Ich_chatte_also_bin_ich.html. [Stand 06.12.2005. Vom 08.06.2007]
8. Vgl. Krappmann, Lothar (1997): Die Identitätsproblematik nach Erikson aus einer inter-aktionistischen Sicht. In: Keupp, Heiner/Höfer, Renate (Hrsg.), Identitätsarbeit heute, Frankfurt a.M., S. 80
9. Winter, Rainer/Eckert, Roland (1990): Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Opladen, S. 149
10. Vgl. Mead, George H. (1973): Geist, Identität und Gesellschaft aus Sicht des Sozialbehaviorismus. Frankfurt a.M., S. 218
11. Freud, Sigmund (1923): Das Ich und das Es. In: Studienausgabe, Bd. III. Psychologie des Unbewußten, Frankfurt am Main: Fischer 1975.
12. Vgl. Schafiyha, Liliane (1997): Fotopädagogik und Fototherapie. Beltz Verlag, S. 38 ff.
13. Haußer, Karl (1995): Identitätspsychologie. Heidelberg, S. 17



**AUTOR
PROF. DR.
MARTIN GEISLER**

lehrt seit 2011 an der Ernst-Abbe-Fachhochschule Jena. Fachbereich Sozialwesen als Professor für Kultur und Medien unter anderem Fotopädagogik. Seit 2007 leitet er das medienpädagogische Institut für Computerspiel – Spawnpoint. Er ist in verschiedenen Künsten, so auch in der Fotografie, aktiv.