



CONCOURS CENTRALE•SUPÉLEC

Allemand

MP, PC, PSI, TSI

4 heures

Calculatrice interdite

2020

L'usage de tout système électronique ou informatique est interdit dans cette épreuve.

Rédiger en allemand et en 500 mots une synthèse des documents proposés, qui devra obligatoirement comporter un titre. Indiquer avec précision, à la fin du travail, le nombre de mots utilisés (titre inclus), un écart de 10% en plus ou en moins sera accepté.

Ce sujet propose les documents suivants :

- une illustration de WIESLAW SMETEK, du 30 décembre 2014 ;
- un article paru sur le site *RP Online*, du 22 avril 2015 ;
- un article paru dans *Stern*, du 20 mars 2018 ;
- un article paru dans *derStandard*, du 29 novembre 2016 ;
- une illustration paru dans le livre de PIERRE PÉJU & ALFRED, *Sommes-nous tous narcissiques ?*, en 2018.

L'ordre dans lequel se présentent les documents est arbitraire et ne revêt aucune signification.



©WIESLAW SMETEK (www.chrismon.evangelisch.de), *Luthers Selfie*, 30. Dezember 2014

Forscher: Selfies sind eine beachtenswerte kulturelle Praxis

22. April 2015

Marburg. Millionen Menschen lichten sich per Smartphone selbst ab und teilen ihre Fotos mit der Welt. Warum? Das fragen sich auch Wissenschaftler und nehmen in Marburg das Selfie-Phänomen unter die Lupe.

Arm ausstrecken, lächeln, klick - fertig ist das Selfie. Nun das digitale Selbstporträt per Smartphone an Freunde versenden oder auf Facebook posten und allen mitteilen: Das bin ich, das mache ich, hier bin ich! Millionen Menschen weltweit präsentieren sich so, auch an Blitzlicht gewöhnte Promis. Höchste Zeit also, finden Wissenschaftler, das Selfie-Fieber zu analysieren. Denn das sei „nicht einfach nur irgendein vorübergehender Hype der Netzkultur, sondern eine beachtenswerte kulturelle Praxis“.

So sehen es Medienwissenschaftler der Universität Marburg in Hessen, die an diesem Donnerstag und Freitag (23./24. April) einen internationalen Kongress veranstalten, um Herkunft, Bedeutung und weitere Entwicklung der Schnappschüsse zu diskutieren.

„Selfies gibt es ja schon länger“, sagt Jens Ruchatz, Medienwissenschaftler und Mitorganisator der Tagung. Doch erst seit etwa 2012/2013 seien sie ein viel beachtetes Medienphänomen. Laut einer US-Medienpsychologin sind digitale Selbstbildnisse unter dem Namen Selfie erstmals 2004 im Internet aufgetaucht.

„Zur Popularität hat sicherlich auch beigetragen, dass es das Oxford Dictionary zum Wort des Jahres 2013 gemacht hat, sowie das „Oscar-Selfie“ - dass also Stars diese Praxis übernommen haben“, sagt Medien-Professor Ruchatz. Dieses Bild, auf dem sich Hollywood-Stars wie Julia Roberts, Brad Pitt und Jennifer Lawrence knuddeln, teilte die Internetgemeinde millionenfach.

Bislang gebe es nur wenige Forschungsarbeiten zum Thema, sagt Ruchatz. Deshalb soll es bei der Konferenz, zu der fast 30 Wissenschaftler unter anderem aus Kanada, Israel und Italien erwartet werden, erst einmal um Grundlegendes gehen.

Etwa: Sind Selfies einfach nur eine neue Form des Selbstporträts? „Man kann natürlich Selbstporträts als Vorläufer betrachten“, meint Ruchatz. „Aber haben Selfies wirklich noch etwas damit zu tun? Es geht hier weniger um ein gültiges Bild einer Persönlichkeit als um den Akt der Kommunikation, indem ich das Bild und meine Erfahrungen unmittelbar mit anderen teile.“

Eine andere Frage wäre: Sind die Eigen-Fotos nur etwas für Selbstdarsteller? „Typisch ist es, ein neues Medium erst einmal zu pathologisieren“, sagt Ruchatz. „Selfies sind dann der Ausdruck von Narzissmus und Selbstverliebtheit. Das gibt es natürlich auch. Aber meiner Meinung nach haben Selfies als breites Phänomen erst einmal nichts mit Narzissmus zu tun. Sie werden ja häufig beiläufig gemacht - und ich lasse damit Menschen an meinem Leben teilhaben.“

Und das wohl noch eine ganze Weile: Das Phänomen werde länger bleiben, meint der Marburger Forscher. Aber: „Selfies werden sich wie viele andere Internetphänomene eher normalisieren. Eine Frage wird sein, ob es so experimentierfreudig bleibt.“



„Generation Selfie“: Warum wir selbstverliebt und süchtig nach Anerkennung sind

20. März 2018

Eine Studie hat sich mit den psychologischen Hintergründen der „Generation Selfie“ beschäftigt. Warum wir mit Selfies nach Anerkennung haschen und wie die Selbstporträts helfen, uns selbst zu finden.

Keiner gibt es zu und doch ist es ein Merkmal unserer Generation: Das Selfie. Wer kennt es nicht? Man hat ein neues Outfit, schlendert durch die Metropolen dieser Welt oder trifft einen Promi. Sofort wird das

Handy gezückt und der Moment festgehalten.

Doch warum betreiben wir immer mehr Aufwand für das perfekte Selfie und wieso sind wir darauf aus, dass

es absolut perfekt sein muss? Laut einer kürzlich veröffentlichten Studie hat das vor allem egozentrische Gründe.

Anpassung, Abgrenzung, Angst vor Selbstfindung

Über die psychologische Schattenwelt hinter dem perfekten Selfie: Für die „Generation Selfie“ sind ihre Selbstporträts laut einer Studie Ausdruck extremer Selbstverliebtheit gepaart mit Sehnsucht nach Anerkennung. Das sagt zumindest das Institut Lönneker & Imdahl, die etwa 1000 Menschen befragt haben. Auch tiefenpsychologische Interviews wurden durchgeführt. Hätten vor zehn Jahren 14 Prozent der Heranwachsenden zwischen 14 und 21 Jahren den Wunsch gehabt, durch Bild-Postings berühmt zu werden, treffe dies heute auf 30 Prozent zu, teilte der Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel am Montag in Hamburg mit.

Selfies gehören heute zur Selbstfindung der Jugendlichen, die sich zwischen Anpassung zu Gleichaltrigen und Abgrenzung zur Elterngeneration bewegen, lautet ein Fazit. Nur 15 Prozent der Befragten gaben an, keine Selfies zu machen. Mehr als die Hälfte der Befragten klickt täglich (26 Prozent) oder mindestens

wöchentlich auf den Auslöser (39 Prozent).

Kaum einer gibt den Aufwand für ein Selfie zu

Für ihre Selbstporträts überließen die Jugendlichen kaum etwas dem Zufall: „Die perfekte Inszenierung beinhaltet ein sorgfältiges Styling, ein gekonntes Posing, den optimalen Hintergrund genauso wie den richtigen Blick in die Kamera.“ So werde von 45 Prozent der Mädchen erst nach mehr als 50 geschossenen Bildern eines verbreitet.

Kontrolle und ideale Selbstdarstellung seien Hauptmotive der Produktion. Den meisten sei es jedoch peinlich, diese Bedeutung der speziellen Fotos für ihr Leben zuzugeben, heißt es in der Studie. Sie würden einfach in Porträts, Urlaubsbilder oder Bilder mit Freunden umgedeutet.

Was wir auf Instagram und Co. also zu sehen bekommen, ist nur ganz selten ein spontanes Selfie. Influencer und Menschen mit tausenden von Followern perfektionieren somit das, was eigentlich mal als spontanes Selbstportrait bekannt war. Durch Likes und Kommentare wird das ganze noch mal torpediert und die Sucht nach Anerkennung wird bedient. Eigentlich keine schöne Entwicklung, oder?

DERSTANDARD

Experten zu Selfie-Kultur: Totale „Like“-Jagd wird sich einbremsen

29. November 2016

[...]

Glaubt man manchen Meinungsmachern, steht ein Abdriften großer Bevölkerungsschichten in eine „Selfie-Sucht“ oder eine Art „Social Media-Wahn“ unmittelbar bevor und vor allem die Jugend wäre den Verlockungen des Mitmach-Internets quasi willenlos ausgeliefert. Aus historischer Sicht sei erstaunlich, wie ähnlich die Aufregtheit beim Aufkommen neuer Medien über die Epochen hinweg ist, erklärte die Medienkulturforscherin Petra Missomelius von der Universität Innsbruck bei einem vom Wissenschaftsministerium veranstalteten „Science Talk“ zum Thema „Generation Selfie“.

Schon als Film und Fernsehen im Mainstream ankamen, habe es Stimmen gegeben, die den unmittelbaren gesellschaftlichen Untergang prophezeiten. Angesichts der Tatsache, dass der Umgang damit erlernt wurde, plädierte Missomelius auch jetzt für „mehr Gelassenheit“.

Die „geselligen Medien“

Wie nie zuvor bieten die „geselligen Medien“ allerdings völlig neue Möglichkeiten, Informationen über sich und andere einem potenziell großen Publikum zugänglich zu machen – mit allen Vor- und Nachteilen. Nicht

zuletzt gibt man auf Instagram, Facebook oder Snapchat auch immer Daten an dahinterstehende Unternehmen weiter, die damit wiederum ökonomische Interessen verfolgen, so die Wissenschaftlerin, die sich auch deshalb für ein „Schulfach Medienkunde“ aussprach.

Selbstinszenierung an sich sei natürlich nichts Neues, konstatierte auch die wissenschaftliche Leiterin des Wiener Instituts für Jugendkulturforschung, Beate Großegger. Allerdings habe diese mit den vielen Spielarten des Web 2.0 „neue Dimensionen“ erreicht. Erlebe man heute etwas, geht es auch darum, „etwas zu erleben, das man auch herzeigen kann“. Oft zähle nur noch „was online ist“, so Großegger, die einen enormen Trend zum Selbstmarketing und viel Konformitätsdruck in den sogenannten Sozialen Medien ortet.

Die Inszenierung des „optimalen Bildes“

Die einzelnen Plattformen und das Verhalten der Nutzer dürfe man jedoch nicht über einen Kamm scheeren: Während etwa auf Instagram die Inszenierung des „optimalen Bildes“ dominiere, zeige man seiner engeren „Community“ über Snapchat viel eher auch Unzulänglichkeiten. Von Facebook wiederum hätten sich viele Jungen in den vergangenen Jahren bereits abgewandt, so die Jugendforscherin.

Es zeige sich aber auch, dass vor allem für Jugendliche aus „benachteiligteren Milieus“ die Anzahl der Facebook-Freunde immer noch eine wichtige soziale Währung darstelle. Hier gehe es sehr stark darum, zu zeigen: „Ich bin nachgefragt.“ Unter „bildungsprivilegierteren“ Jugendlichen gebe es mittlerweile aber auch eine kleine „digitale Avantgarde“, die sehr bewusst ausgewählt, wo sie sich wem wie präsentiert – viel stärker übrigens, als das die meisten Erwachsenen täten, so Großegger, die hier Vorboten einer möglichen Wende hin zu einem bewussteren Umgang sieht.

„Likes“

Egal ob viele Facebook-Freunde oder wenige – problematisch werde es vor allem, wenn das Persönlichkeitsbild, das man auf den Plattformen von sich kultiviert, zu stark von der Realität abweiche, sagte Nestor Kapusta von der Klinik für Psychoanalyse und Psychotherapie der Medizinischen Universität Wien. Werde die Suche nach „Likes“ zum einzigen Zweck, verschwinden auch die vielen positiven Effekte dieses „modernen Zugangs zur Kommunikation“. Vor allem, wenn die „oft verlockende“ virtuelle Realität Überhand gewinnt, drohe ein Abgleiten in Richtung einer psychischen Erkrankung. Auch deshalb dürfe man „Kinder nicht alleine dem Internet überlassen“, sagte der Wissenschaftler.



Alfred, in:

PIERRE PÉJU & ALFRED, *Sommes-nous tous narcissiques ?*, Gallimard, 2018 (p. 11)