



Self-Fulfilling Prophecies

Der Instagram-Account „Insta Repeat“ sammelt seit drei Jahren Fotos, die selbsternannte Influencer auf Instagram posten – und die erschreckend oft nahezu identisch aussehen. Der Initiatorin Emma Sheffer geht es dabei aber nicht um ein Bashing, sondern mehr um eine Sensibilisierung dafür, dass Individualismus nicht unbedingt belohnt wird.

Schon einmal von „Vemödaalen“ gehört? Wahrscheinlich nicht. Dabei bezeichnet es ein Gefühl, das die meisten von uns kennen dürften, nämlich die Frustration darüber, dass alles schon einmal fotografiert wurde – und wahrscheinlich sogar besser. Erfunden hat das Wort vor ein paar Jahren der Amerikaner John Koenig für sein „Wörterbuch der obskuren Sorgen“. Aktiv genutzt wird dieser Begriff freilich nicht, was sehr schade ist, denn als Hashtag würde er sich auch für Emma Sheffers Projekt anbieten.

Die Künstlerin und Filmemacherin aus Alaska hat es sich 2018 zur Aufgabe gemacht, all die Instagram-Fotos von selbsternannten Influencern, die sich im Bereich Outdoor und Adventure tummeln, zu sammeln, miteinander zu vergleichen und identische Bilder wie bei einem riesigen Memory-Spiel herauszusuchen. Mit dem Unterschied, dass es selten nur zwei und sehr oft sogar Dutzende dieser „Doppelgänger“ gibt. Das ist insofern interessant, da diese Fotografien gern mit Begriffen (und Hashtags) wie „authentic“, „living free“ und „wild“ in Verbindung gebracht werden – und selbst einfach nur den gängigsten ästhetischen Regeln eines Moody-Looks folgen und die immer gleichen Motive, Orte und Kompositionen kopieren.

Sheffer unterscheidet dabei zwei Arten von Bildern. Da seien zum einen die, die an exakt demselben Ort und auf die exakt gleiche Weise aufgenommen werden. Eine bestimmte rote Hütte auf dem Hatcher Pass in Alaska zum Beispiel. Oder eine Felsspalte, über die eine Person in einem gelben Regenmantel springt. Oder Menschen, die ihre Beine über dem Abgrund des Horseshoe Bend in Arizona knipsen. Oft sei es schlichtweg der einfachste und vielleicht auch natürlichste Blick auf diesen Ort, so dass sich Betrachter an diesen Anblick gewöhnen und ihn gut nachstellen können, wofür sie wiederum mehr Likes bekommen, denn „Die Leute mögen das, was sie kennen und was allgemein anerkannt ist. Es ist eine Art sich selbsterfüllende Prophezeiung“, erklärt sich die 29-Jährige das Phänomen.

Deutlich interessanter findet Sheffer, die Kunst und Film an der University of Southern California in Los Angeles studiert hat, wenn zwar an unterschiedlichen Orte, aber nach den immer gleichen Mustern fotografiert werde: die einsame Person auf einem Steg am Bergsee, das erleuchtete Zelt unter den Nordlichtern oder die Rückenansicht einer Frau vor einer Landschaft und mit einem Filzhut auf dem Kopf. Für alle diese Bilder gibt es fast nie ein Initialfoto, auf das sich alle anderen beziehen – von wenigen Ausnahmen abgesehen wie beispielsweise beim Follow-Me-To-Trend. Dabei wird eine Person von hinten fotogra-

Ever heard of “vemödaalen”? Probably not. Yet it describes a feeling that most of us are likely to be familiar with, namely frustration over the fact that everything has already been photographed once – and probably even better. The word was coined a few years ago by American John Koenig for his “Dictionary of Obscure Sorrows”. This term is not in active use, though, which is a real shame, since it would make an ideal hashtag for Emma Sheffer’s project.

In 2018, the artist and film-maker from Alaska took on the task of collecting all Instagram photos by self-appointed influencers gambolling in the Outdoor and Adventure section, comparing them and picking out identical pictures, as in a giant game of Memory. With the difference that there are rarely only two, and very often even dozens, of these “doppelgängers”. This is intriguing, given that these photographs are commonly associated with concepts (and hashtags) such as “authentic”, “living free” and “wild” – and themselves just follow the most common moody-look aesthetic rules and copy the same motifs, locations and compositions over and over.

Sheffer distinguishes between two types of picture along the way. For a start, she says, there are those which are taken at exactly the same location and in exactly the same manner. A certain red hut on the Hatcher Pass in Alaska, for example. Or a rock crevice, jumped across by a person in a yellow raincoat. Or people taking a snap of their legs over the precipice of Horseshoe Bend in Arizona. Often, Sheffer reports, it is simply the easiest and perhaps also most natural vista of this location, to allow beholders to get familiarized with the view and easily reconstruct it, for which they will get more likes in turn, since “people like what is familiar and recognized. It is a kind of self-fulfilling prophecy,” runs the 29-year-old’s explanation of the phenomenon.

What is considerably more interesting, finds Sheffer, who studied art and film at the University of Southern California in Los Angeles, is when, though the location is different, the photographic patterns are always the same: the lonesome person on a jetty by the mountain lake, the illuminated tent beneath the Northern Lights or the rear view of a woman looking onto a landscape and wearing a felt hat on her head. There is almost never an initial photo for all these pictures, serving as the reference for all others – apart from a few exceptions, such as with follow-me-to-trend. Here, a person is photographed from behind, extending his or her arm to the photographer’s hand. This way, together, they explore sights or simply just isolated beaches. This pose can be traced back to the Instagram

For three years, the Instagram account “Insta Repeat” has been collecting photos which are posted on Instagram by self-appointed influencers – and which, alarmingly often, look practically identical. Influencer-bashing is not initiator Emma Sheffer’s aim, however – she wants to raise awareness of the fact that individualism is not necessarily rewarded.

Von oben links nach unten rechts/From top left to bottom right: Bettina Halas, Elias Bachmann, Hannes Stier, Luca Jaenichen, Lorenz Weisse, Alexandra Taylor, Aronsche, Johannes Hulsch, Carolin Uhrath, Daniel Ernst, Jonas Funck, Marvin Kuhr, Matt Cherubino, Niklas Deschner, Pelle Faust, Thomas Luisier, Josh Kempinaire, Tom Charles, Valentin & Roman, Bosti Klein & Roman, Fabio Zingg, Federico Sette, Giulio Groeberl, Michiel Pleeters, Leo Thomas, Lennart Pagel, Jan Kaya, Garrett King, Robin Wittwer, Patrick Guller, Jake Elko, Steven Weisbach, Thilo Axnick, Simon Prochask

fiert, die ihren Arm zur Hand des Fotografen streckt. Gemeinsam entdecken sie so Sehenswürdigkeiten oder einfach nur einsame Strände. Diese Pose ist auf den Instagram-Account von Murad Osmann und seiner Frau Natalia Zakharova zurückzuführen, die sich damit zur erfolgreichen Marke etabliert haben. Aktuell hat Osmann etwa 3,8 Millionen Abonnenten und laut WirtschaftsMagazin „Forbes“ war er 2017 der drittgrößte Reise-Influencer.

Sheffer geht es aber nicht darum, den gezeigten Fotografen schlechtes Handwerk vorzuwerfen und sie bloßzustellen, wie ihr immer wieder vorgeworfen wird – schließlich seien es ja gute Fotos.

Problematisch findet sie, dass sich alle der gleichen Mechanismen bedienen und dass Instagram mit seinen Algorithmen diese Art der Ästhetik und somit Homogenität und Einfallsllosigkeit fördert. Eine visuelle Grenzverschiebung könne man hier jedenfalls nicht erwarten. „Indem ich diesen Account gemacht habe, habe ich gelernt, dass Popularität Gleichförmigkeit hervorbringt, nicht Einzigartigkeit. Es ist wie in der Highschool.“

Dabei ist Sheffer durchaus bewusst, dass Menschen auch schon zu analogen Zeiten immer wieder die gleichen Bildmuster reproduziert haben – ein Blick in verschiedene Familienalben reicht aus, um identische Fotos von Feiern, Urlauben, Jubiläen und Gruppenbildern zu identifizieren, denn natürlich gibt es schlichtweg Bildrezepte, die sich etabliert haben. Das gilt bis heute. Der Unterschied ist allerdings: Früher haben wir diese Fotos gemacht, um uns an Augenblicke zu erinnern. Heute werden diese Fotos produziert, um mit ihnen zu kommunizieren und um auf eine sehr einfache Art sehr erfolgreiches Marketing zu betreiben.

„Insta Repeat“ ist nicht das einzige Projekt, in dem sich Sheffer mit Fragen nach Original, Einzigartigkeit und Erinnerung beschäftigt. Für ihre Arbeit „A Note Upon the Mystic Writing Pad“ (benannt nach Sigmund Freuds Notiz über den Wunderblock) hat sie alte Alltagsfotos ihres Vaters akribisch nachgezeichnet, ausgestellt und die Besucher aufgefordert, mit den ausgelegten Radiergummis die Bilder auszuradieren – was die meisten nur sehr zögerlich, andere hingegen mit sehr großem Enthusiasmus getan hätten.

Und 2017, also noch vor dem Start von Insta Repeat, beschäftigte sie sich in „Can Machines Copy?“ mit Fragen wie „Was macht ein Original eigentlich zu dem, was es ist?“, „Ist nicht jedes Objekt ein Original?“

account of Murad Osmann and his wife Natalia Zakharova, who have used it to establish themselves as a successful brand. Currently, Osmann has some 3.8 million followers and in 2017, according to business magazine “Forbes”, he was the third most prominent travel influencer.

However, it is not Sheffer’s aim – as she is repeatedly accused of – to criticize and show up the depicted photographers for poor handiwork; these are after all, she says, good photos.

What she finds problematic is that all of them make use of the same mechanisms and Instagram, with its algorithms, encourages this kind of aesthetic and hence homogeneity and unimaginativeness. No visual shifting of boundaries can be expected here at any rate, she says. “By making this account, I’ve learned that popularity breeds homogeneity, not uniqueness...like in high school.”

At the same time, Sheffer is well aware that people always used to reproduce the same visual patterns over and over, even in analogue times – a look into various family albums is sufficient to identify identical photos of celebrations, vacations, anniversaries and group pictures, since of course there are simply visual formulas that have taken root. That holds true to this day. The difference, though, is this: in the past, we took these photos in order to remember moments. Today, these photos are produced as a means of communication and a very simple way of doing some very successful marketing.

“Insta Repeat” is not the only project in which Sheffer deals with

und „Ist eine wahrnehmbare Ungenauigkeit wahrer als eine nicht wahrnehmbare Ungenauigkeit?“ Dafür zeichnete Sheffer ein Zufallsobjekt – in diesem Fall einen Hühnerfuß – immer und immer wieder und stellte die Ergebnisse gemeinsam aus. „Worum geht es eigentlich bei Originalität? Und ist sie wichtig und falls ja: in welchem Zusammenhang?“

Fragen wie diese führten sie direkt zu ihrer Beschäftigung mit Instagram.

Und wie geht es weiter? Dass Sheffer das Bildmaterial ausgeben könnte, ist eher unwahrscheinlich. Aktuell hat sie 40.000 Influencer-Fotos auf ihrer Festplatte gespeichert und es werden regelmäßig mehr. Diese hat sie in Dutzenden Kategorien und Unterkategorien sortiert – sie reichen von „Person, mittig, alleine in der Wildnis“ über „Person auf einem Flugzeug in Island“ bis „Person, mittig, rudert in einem Kanu“. Ihr großer Traum wäre es, wenn das Projekt in ein Buch münden würde, in dem verschiedene Autoren das Thema historisch und gesellschaftlich einordnen. Der Vermöden-Erfinder John Koenig könnte ja einer davon sein.

questions concerning originality, uniqueness and remembering. For her work, “A Note Upon the Mystic Writing Pad” (after Sigmund Freud’s note of the same name), she painstakingly copied old everyday photos owned by her father, exhibited her drawings and asked visitors to erase the pictures using the erasers provided – which most did only very hesitantly, others by contrast with enormous enthusiasm, she reports.

And in 2017, so before Insta Repeat began, in “Can Machines Copy?” she dealt with questions such as: “What makes an original?” “Isn’t every object an original?” and “Is a noticeable inaccuracy truer than an unnoticeable inaccuracy?” In doing so, Sheffer drew a random object – in this case a chicken’s foot – over and over again and exhibited the results together. “What is the point of originality? And is it important and if yes: in what context?” Questions like these led her straight to her project on Instagram.

And what happens next? It is somewhat unlikely that Sheffer will run out of image material. Currently, she has saved 40,000 influencer photos on her hard drive and more are regularly added. She has sorted these into dozens of categories and sub-categories – ranging from “person centered, alone in wild” via “person on top of airplane in Iceland” to “person centered, rowing in canoe.” It would be her big dream to have a book as the project’s outcome, in which various authors pin down the subject historically and socially. Who knows, vermöden inventor John Koenig could be one of them.

Zeichnung aus Sheffers Arbeit „A Note Upon the Mystic Writing Pad“ vor und nach ihrer Zerstörung
Drawing from Sheffer's work "A Note Upon the Mystic Writing Pad" before and after its destruction



Emma Sheffer, „Can Machines Copy?“, 2017

