

| **ON SCREEN: Kommunikations- & Medienforschung** |

Ausgewählte Abschlussarbeiten am Lehrstuhl Prof. Dr. Angela Keppler

Milutinovic, Tamara:

Me #Girl #Selfie:

Eine qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram



Abstract

Selbstdarstellung findet in einem lebenslangen Prozess statt, gewinnt jedoch insbesondere in der Adoleszenzphase, also dem Stadium vor dem Erwachsenenendasein, an enormer Bedeutung, indem sie Reaktionen der unmittelbaren Umwelt des sich Darstellenden einholt und somit zur Ausformung der Identität beiträgt. Soziale Medien, die hauptsächlich von jungen Menschen genutzt werden, ermöglichen eine erweiterte Form der Selbstdarstellung über zeitliche und räumliche Barrieren hinweg. Ein solches ist die zunehmend genutzte, in der Forschung bisher jedoch kaum beachtete Photo-Sharing-Anwendung Instagram. Diese empirische Studie untersucht das Selbstinszenierungsverhalten junger Frauen auf Instagram unter großem Publikum. Theoretischen Hintergrund bildet Goffmans Theorie der Selbstdarstellung im Alltag (1959), welche von einer permanenten Selbstdarstellung ausgeht, die stets mit dem Zweck verbunden ist, ein positives Selbstbild zu demonstrieren, und mit Zunahme der Publikumsgröße an Selektivität gewinnt.

Mithilfe des Problemzentrierten Interviews nach Witzel (1989) wurden acht junge Frauen zu ihrer Instagramnutzung befragt; ihre Aussagen wurden wiederum mithilfe der Themenanalyse nach Froschauer und Lueger (2003) evaluiert.

Die Studie lieferte vielschichtige Ergebnisse: In der Tat wurde ein äußerst selektives Selbstdarstellungsverhalten erkennbar, welches sich etwa in der Organisation geteilter Inhalte nach thematischen sowie ästhetischen Leitfäden offenbarte. Verstärkt wurde diese Sorgfalt mit Zunahme der Publikumsgröße; gleichzeitig enthemmte das vorwiegend junge sowie fremde Publikum die sich darstellenden Frauen durch seine besondere Beschaffenheit. Erfolgreiche Selbstdarstellung eröffnete sich durch eine hohe Publikumszahl sowie die damit verbundene Möglichkeit der kommerziellen Nutzung des eigenen Instagramprofils. Das Ziehen von Grenzen zwischen dem, was dargestellt und dem, was verborgen wird, gelang durch die jeweils subjektive Definition von Privatheit der adolescenten Frauen.

#Me #Girl #Selfie

**Eine qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der
Photo-Sharing-Plattform Instagram**

(Milutinovic, Tamara; 2016)

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	6
2. Theoretische Einordnung	7
2.1 Goffmans Theorie der Selbstdarstellung.....	7
2.2 Die Selbstdarstellung in der Adoleszenzphase	8
2.2.1 Adoleszenz	8
2.2.2 Identität.....	9
2.2.3 Identitätsfindung in der Adoleszenzphase	9
2.3 Die Selbstdarstellung Adoleszenter auf sozialen Netzwerken.....	11
2.3.1 Die Rolle des Internets im Leben der Adoleszenten	11
2.3.2 Soziale Medien	11
2.3.3 Potentiale der sozialen Medien als Selbstdarstellungsplattformen.....	12
2.3.4 Forschungsstand: Die Selbstdarstellung junger Menschen auf sozialen Netzwerken	13
2.4 Instagram	17
2.5 Zusammenfassung des Kapitels und Formulierung der Forschungsfrage	18
3. Methodisches Vorgehen	20
3.1 Qualitative Interviews.....	20
3.2 Das problemzentrierte Interview.....	21
3.3 Sample	23
3.4 Datenerfassung.....	24
3.5 Die Themenanalyse.....	25
3.6 Kritische Betrachtung des Insiderstatus	25
4. Ergebnisdarstellung	27
4.1 Die Einzelfallanalyse	27
4.1.1 PZI mit Luise	27
4.1.2 PZI mit Barbara	30

4.1.3 PZI mit Bella	33
4.2 Fallübergreifende Analyse	36
4.2.1 Die Selbstdarstellung.....	36
4.2.1.1 Organisation nach Themen.....	36
4.2.1.2 Ästhetische Bedürfnisse	38
4.2.2 Einflussfaktoren des Publikums auf die Selbstdarstellung.....	40
4.2.2.1 Die Unbekanntheit.....	40
4.2.2.2 Das Alter.....	42
4.2.2.3 Die Größe	42
4.2.2.4 Das kommerzielle Potential.....	45
4.2.3 Grenzen der Selbstdarstellung	46
4.2.3.1 Gründe der öffentlichen Selbstdarstellung	46
4.2.3.2 Private Fotos	47
4.2.3.3 Private Daten	48
4.2.3.4 Das Ende der Instagramnutzung.....	49
4. 3 Ergebniszusammenfassung	50
5. Fazit und Ausblick.....	51
6. Literaturverzeichnis	53
Anhang.....	I
I. Standardisierter Kurzfragebogen	II
II. Leitfaden des Problemzentrierten Interviews.....	II
III. Transkripts	IV
1. Rahmendaten:	IV
1. Rahmendaten:	XIV

1. Rahmendaten:XXXII

1. Rahmendaten: XLVI

1. Rahmendaten: LXIII

1. Rahmendaten: LXXIII

1. Rahmendaten:LXXXVI

1. Rahmendaten: CII

1. Einführung

Soziale Netzwerke haben sich für zahlreiche Menschen zum festen Bestandteil des alltäglichen Lebens entwickelt. Neben der Ausweitung der Kommunikation über räumliche und zeitliche Grenzen hinweg, bieten sie auch eine enorme Bandbreite an Möglichkeiten der virtuellen Selbstdarstellung. Ein klassisches soziales Netzwerk stellt Facebook dar, welches seinen Nutzern erlaubt, Facebookprofile anzulegen, sich mit anderen Facebooknutzern zu vernetzen und Informationen, Fotos und Videos mit diesen zu teilen. Neben Facebook existieren einige jüngere Plattformen, die in den letzten Jahren einen starken Nutzerzuwachs verzeichnen konnten. Unter ihnen befinden sich mehrere sogenannte Photo-Sharing-Plattformen, das heißt Plattformen, welche vorwiegend als Foren für das Teilen fotografischer Inhalte fungieren. Beispiele für selbige Netzwerke sind etwa Tumblr, Pinterest, Flickr oder Instagram. Gerade letztere Anwendung verzeichnete einen enormen Anstieg von gegenwärtig 300 Millionen Nutzern (Instagram, 2015). In der Wissenschaft erhielt Instagram trotz seiner enorm hohen Nutzerzahl bisher jedoch nur wenig Beachtung. Im Rahmen dieser Arbeit soll die Selbstdarstellung auf Instagram untersucht und eine Forschungslücke damit zu schließen versucht werden.

Die Selbstdarstellung ist vor allem innerhalb der Phase vor dem Erwachsenendasein von essentieller Bedeutung. Jugendliche bzw. Adoleszente haben innerhalb der Phase vor dem Erwachsenwerden die Aufgabe, ihre Identität auszuformen. Hierfür ist es vor allem für junge Frauen wichtig, Werte, Meinungen und Präferenzen, die im Inneren ausgehandelt werden, nach außen zu tragen und Rückmeldungen des sozialen Umfelds einzuholen (Josephs et al., 1992). Während Selbstdarstellung nicht nur bewusst vonstattengehen kann, sondern auch unterbewusst vollzogen wird, steigt ihre Sorgfalt mit der Größe des Publikums, vor dem die Selbstdarstellung stattfindet. Im Zuge dieser Sachverhalte soll in dieser Arbeit untersucht werden, wie junge Frauen vor einem großen Publikum Instagram zur Selbstdarstellung nutzen.

Im folgenden Kapitel wird die Arbeit in einen theoretischen Kontext eingebettet. Hierbei werden die in der Einführung lediglich angeschnittenen Begriffe der Selbstdarstellung, Adoleszenz sowie Identität präzisiert und in einen Zusammenhang miteinander gesetzt. Außerdem wird die Rolle sozialer Netzwerke im Leben der Adoleszenten expliziert. Anschließend werden einschlägige Studien zur Selbstdarstellung auf sozialen Netzwerken thematisiert, um diese Arbeit ebenfalls in einen empirischen Kontext einzugliedern, bevor die Forschungsfrage formuliert wird. Im methodischen Kapitel soll aufgezeigt werden, welche Instrumente der Datenerhebung sowie Datenanalyse sich die Studie bedient und wie die Stichprobe zusammengesetzt ist, bevor im darauffolgenden Kapitel die Ergebnisse dieser Arbeit präsentiert werden. Abschließend werden ein Fazit und ein Ausblick für zukünftige Forschung abgegeben.

2. Theoretische Einordnung

Zu Beginn einer jeden empirischen Arbeit ist es erforderlich, selbige in einen wissenschaftlichen Kontext einzuordnen. Im folgenden Kapitel erfolgt diese Einordnung, indem zunächst auf Basis von Goffmans Theorie der Selbstdarstellung im Alltag (1959) expliziert wird, was Selbstdarstellung überhaupt ist. Des Weiteren widmet sich dieses Kapitel der Erläuterung des Begriffs der Adoleszenz und, mit Blick auf diese, dem Begriff der Identität. Anschließend folgt ein Überblick über die bisherige Forschung zur Selbstdarstellung in der Adoleszenzphase, wobei der Fokus insbesondere auf die Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken liegt. Abschließend wird die Photo-Sharing-Anwendung Instagram als Untersuchungsgegenstand vorgestellt bevor am Ende dieses Kapitels die Forschungsfrage – als Resultat der vorgestellten theoretischen Explikationen sowie empirischen Befunde – formuliert wird.

2.1 Goffmans Theorie der Selbstdarstellung

Im Folgenden wird zunächst der Begriff der Selbstdarstellung erläutert sowie eingegrenzt. Das Phänomen der Selbstdarstellung wurde in der Soziologie sowie Psychologie über Jahrzehnte hinweg ausgiebig erforscht; folglich existieren zahlreiche Theorien und Modelle, welche die Vorgänge hinsichtlich der Selbstdarstellung zu beschreiben und erklären versuchen. Um das Untersuchungsthema präzise definieren zu können, ist es jedoch notwendig, sich auf einen theoretischen Ansatz zu beschränken; die Wahl fiel hierbei auf Goffmans Theorie der Selbstdarstellung im Alltag (1959). Diese hatte nicht nur Einfluss auf etliche nachfolgende Ansätze, die sich mit der Selbstdarstellung auseinandersetzen (Mummendey, 2006), sondern gilt mehr als sechzig Jahre nach ihrer Publikation selbst noch als gültig.

Goffman entwickelte seinen Ansatz mithilfe der Metaphorik des Theaterspiels; damit ist gemeint, dass er die Prozesse um die Selbstdarstellung mit Begriffen aus dem Bereich des Bühnenschauspiels erklärt. Er geht davon aus, dass Selbstdarstellung immer dann vonstattengeht, wenn es ein Publikum gibt. Selbstdarstellung variiert dabei stets in Relation dazu, was mit ihr erreicht werden will, jedoch ist Selbstdarstellung, sofern sie bewusst stattfindet, immer mit dem Ziel verbunden, das Publikum in einer bestimmten Art und Weise zu beeinflussen (Goffman, 1959). Gleichzeitig hat auch das Publikum einen Einfluss auf den sich Darstellenden. Dieser richtet sich bei der Frage, wie er sich optimal präsentieren soll, stets nach der Beschaffenheit des Publikums. Auch die Größe eines Publikums stellt einen Einflussfaktor dar. Je größer das Publikum ist, desto aufwendiger gestaltet sich eine gelungene Darstellung vor selbigem.

Im Alltag können Menschen unterschiedliche soziale Rollen annehmen und wieder ablegen. Soziale Rollen werden durch bestimmte, für sie charakteristische Fassaden gekennzeichnet; darunter fällt das für eine Rolle kennzeichnende „Ausdrucksrepertoire, das der Einzelne im Verlauf seiner Vorstellung bewusst oder unbewusst verwendet“

(Goffman, 1959, S. 23), aber auch physische Attribute wie das Alter, das Geschlecht, die Ethnizität oder die Kleidung sind Teile einer bestimmten Fassade, welche sowohl rollenspezifisch als auch rollenübergreifend existieren kann (Goffman, 1959, S. 28).

Neben dem, was während der Selbstdarstellung zum Publikum hin nach außen getragen wird, existieren darüber hinaus Dinge, die sich ‚hinter der Bühne‘ abspielen und bewusst vor dem Publikum verborgen werden, etwa um die Darstellung zu wahren und Störfaktoren zu vermeiden.

Die eben vorgestellten Aspekte umgrenzen Goffmans Theorie nicht in ihrer Gesamtheit, sondern verkörpern lediglich die im Rahmen dieser Arbeit relevanten Gesichtspunkte des Ansatzes. Auf die oben erwähnten Aspekte aus Goffmans theoretischem Ansatz wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit noch verwiesen werden.

2.2 Die Selbstdarstellung in der Adoleszenzphase

Während die Selbstdarstellung zu jeder Zeit und in verschiedenen Begebenheiten vorstattgehen kann, gewinnt sie insbesondere in der Phase des Heranwachsens eine gewichtige Rolle. Um die Bedeutung der Selbstdarstellung für Menschen in der Phase der Adoleszenz erläutern zu können, ist es jedoch zunächst wichtig, den Begriff der Adoleszenz zu definieren. Vor dem Hintergrund der Adoleszenz wird darüber hinaus auch der Begriff der Identität in diesem Kapitel erläutert.

2.2.1 Adoleszenz

Die Phase der Adoleszenz markiert den Lebensabschnitt eines Menschen, welcher sich kurz vor dem Stadium des Erwachsenenendaseins befindet. Über Beginn, Dauer und Ende dieser Phase besteht in der Forschung keine Einigkeit (Flammer, 2002). Aufgrund gesellschaftlicher Ausdifferenzierungs- und Modernisierungsprozesse herrscht in der Gegenwart eine „relative Unbestimmtheit, was die zugehörigen Altersgruppen, Kontexte, Rahmenbedingungen und Verlaufsformen [der Adoleszenz] betrifft“ (King, 2004, S. 37). Häufig wird der Beginn der Adoleszenzphase biologisch mit dem Eintreten der Pubertät festgesetzt. Das Ende markiert das Stadium des Erwachsenseins und wird in den meisten wissenschaftlichen Theorien mit der finanziellen sowie emotionalen Unabhängigkeit von den Eltern erreicht (Flammer, 2002). Da beide dieser Ereignisse je nach Person unterschiedlich früh bzw. spät einsetzen, lehnen einige Forscher eine exakte zeitliche Fixierung der Adoleszenzphase mittels Altersgrenzen ab (Flammer, 2002); in Theorien, welche die Phase der Adoleszenz mithilfe von Altersangaben festgesteckt haben, variieren selbige von Theorie zu Theorie unterschiedlich stark (Flammer, 2002).

2.2.2 Identität

Neben der Entwicklung der Persönlichkeit und der Zunahme an Autonomie und Selbstkontrolle zählt insbesondere die Verfestigung der Identität zu einem der wichtigsten Prozesse innerhalb der Adoleszenzphase (Flammer, 2002). An dieser Stelle ist es wichtig, auch den Begriff der Identität präzise definieren zu können und ihn im weiteren Verlauf der Arbeit anhand der gewählten Definition weiter zu gebrauchen. Zum Begriff der Identität existieren zahlreiche verschiedene Definitionen; so sieht Erikson (1950) Identität als „Gefühl der eigenen Kontinuität und Gleichheit“ (zitiert nach Flammer, 2002, S. 156). Laut Waterman (1985, S. 6, übersetzt von Fend, 1991, S. 17) konstituiert sich die Identität aus „klar beschriebene[n] Selbstdefinitionen, die jene Ziele, Werte und Überzeugungen enthalten, die eine Person für sich als persönlich wichtig erachtet und denen sie sich verpflichtet fühlt“. Für Keupp (2003) ist Identität die aktiv geschaffene „Lebenskohärenz“ (S. 10), welche im Entstehungsprozess sowohl nach innen im Sinne der Authentizität als auch nach außen im Sinne der Anerkennung geschaffen wird. Im weiteren Verlauf der Arbeit soll der Begriff der Identität gemäß der Definition von Flammer (2002) verstanden werden. Laut diesem ist die Identität der „Kern des Selbstsystems, das, was dem erlebenden Selbst am meisten entspricht. Sie besteht aus den für die Person wichtigsten Selbstdefinitionen, welche ihr helfen, Kontinuität und Kongruenz über Zeit und Situationen hinweg zu empfinden“ (S. 157).

2.2.3 Identitätsfindung in der Adoleszenzphase

Obwohl die Identität im Laufe eines Menschenlebens durchweg formbar ist und auch im Erwachsenenalter keine Konstante darstellt, kommt ihrer Entwicklung im Jugendalter dennoch eine „Sonderstellung“ zu (Flammer, 2002, S. 142). In der Adoleszenz wird die Fähigkeit erlangt, sich selbst aus einer außenstehenden Position heraus reflektiert zu betrachten (King, 2004). Die Einnahme einer distanzierten Haltung gegenüber sich selbst dient hierbei der Selbstfindung sowie dem Abwägen von Entscheidungen bzgl. der weiteren Lebensgestaltung in verschiedenen Bereichen. (Fend, 1991). Heranwachsende probieren sich aus, experimentieren mit ihrer Identität, nehmen neue Werthaltungen an und verwerfen alte, stellen ihnen bereits Bekanntes in Frage und öffnen sich Neuem. Die Phase der „späte[n] Adoleszenz“ (Fend, 1991, S. 13) eröffnet dabei im Vergleich zu früheren Phasen der Adoleszenz die meisten Experimentiermöglichkeiten (Luyckx et al., 2013). Mit fortschreitendem Alter erfolgt ein Anstieg an zugestandenen Freiheiten in diversen Lebensbereichen. Zudem fällen Menschen innerhalb der späten Adoleszenzphase erste zukunftsrelevante Entscheidungen, wie jene über die Wahl des Bildungs- und Berufswegs.

Die Aushandlung der Identität findet nicht nur im Inneren des Menschen statt, sondern wird auch nach außen hin sichtbar gemacht. Bereits durch das Auftreten, die Art und Weise zu sprechen, die Frisur und Kleidung kommt Identität bewusst oder unbewusst

zum Ausdruck. Während derartige Äußerlichkeiten auch außerhalb der Adoleszenz zum Ausdruck eigener Werte und Präferenzen gehören, dienen sie besonders in der Phase vor dem Erwachsenenendasein als Mittel der Darstellung der Identität und damit der Selbstdarstellung (Fend, 1991). Daneben kann ein solches Nachaußentragen der genannten Äußerlichkeiten Distanz von- oder Zugehörigkeit zu Gruppen oder Personen symbolisieren.

Wichtig ist bei der Selbstdarstellung die Evaluation dieser durch das soziale Umfeld. Die Empfänglichkeit für das Feedback des sozialen Umfeldes steigt mit der zunehmenden Selbstreflexion und dem wachsenden Bewusstsein sowie der Sensibilität für sich selbst und seine Umwelt, welche mit der Adoleszenzphase einhergehen. (Flammer, 2002). Diese Umwelt konstituiert sich aus Familienmitgliedern, Peers, Arbeitskollegen, etc. und präsentiert dem sich Darstellenden ein „soziales Spiegelbild“ (Flammer, 2002, S. 143), indem sie auf ihn und seine Darstellung mit Zustimmung, Ablehnung, Verwunderung, Anerkennung, etc. reagiert und ihm damit das Bild projiziert, das sie von ihm hat. Insgesamt existieren in der Forschung mehrere Arbeiten, welche feststellen konnten, dass der Bedarf nach Rückmeldung auf die eigene Selbstdarstellung in der Adoleszenzphase von enormer Bedeutung ist (Fend, 1991). Dies trifft insbesondere auf weibliche Adoleszente zu. Studien konnten belegen, dass die Ausbildung des Selbstbildes bei Frauen in starker Abhängigkeit von anderen Personen steht, wohingegen Männer ihre Selbsteinschätzung eher unabhängig von anderen ausformen (Josephs et al., 1992). Theorien zu den geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Aushandlung des Selbst sahen in kulturellen Normen bzgl. der Geschlechter die Ursache, laut derer Männer in ihrer Selbstfindung eher eine Unabhängigkeit anstrebten, während für Frauen die Konnektivität mit anderen essentiell für die Ausprägung ihres Selbstbildes ist (Josephs et al., 1992).

Insgesamt lässt sich aus diesem Subkapitel resümieren, dass die Phase der Adoleszenz jenen Lebensabschnitt markiert, welcher bei dem Einsetzen der Pubertät beginnt und mit der vollständigen Unabhängigkeit vom Elternhaus endet. In dieser Phase findet insbesondere die Entwicklung der Identität statt, welche sich aus Zielen, Werten und Präferenzen eines Menschen zusammensetzt; die Hochphase bzgl. dieser Experimentiermöglichkeiten lässt sich dabei in der späten Adoleszenz verorten. Identität wird nicht nur im Inneren des Menschen ausdifferenziert, sondern auch nach außen hin experimentell dargestellt, mit dem Zweck, Reaktionen auf diese Darstellung zu erhalten, welche wiederum den Prozess der Selbstreflexion und den weiteren Ausbau der Identität beeinflussen. Frauen bilden ihr Selbstbild in starker Abhängigkeit zum sozialen Umfeld heraus, während Männer bei der Identitätsarbeit Fremdreaktionen tendenziell weniger berücksichtigen.

Im nachfolgenden Unterkapitel wird auf die Rolle sozialer Netzwerke für die Selbstdarstellung junger Menschen und ihrer Identität eingegangen und Studien dazu präsentiert.

2.3 Die Selbstdarstellung Adoleszenter auf sozialen Netzwerken

Dieses Subkapitel beleuchtet die Rolle des Internets – insbesondere sozialer Medien – im Alltag der Adoleszenten und geht auf ihr Potential als Medien der Selbstdarstellung ein. Darüber hinaus werden einschlägige Studien erwähnt, welche die Selbstdarstellung junger Menschen auf sozialen Internetplattformen untersucht haben. Dadurch lässt sich ein Überblick über den Forschungsstand generieren, in den sich diese Arbeit eingliedert, sowie aus möglichen Forschungslücken resultierende Desiderate erschließen.

2.3.1 Die Rolle des Internets im Leben der Adoleszenten

Die Nutzung des World Wide Web steigt zunehmend an; dabei ist insbesondere die Etablierung von Smartphones, die einen permanenten, da ortsunabhängigen Zugriff auf das Internet erlauben, ein entscheidender Einflussfaktor (Van Eimeren & Frees, 2014), welcher sich sowohl auf die Häufigkeit als auch auf die Dauer der Internetnutzung auswirkt. Die aktuelle ARD-ZDF-Onlinestudie, in welcher 1814 Personen ab 14 Jahren aus Deutschland zu ihrem Medienkonsum befragt wurden, lieferte hier entscheidende Ergebnisse: obwohl die Internetnutzung in jeder untersuchten Altersgruppe zunimmt, stechen besonders die Ergebnisse der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen deutlich hervor. Beinahe alle Befragten dieser Alterssparte gaben an, das Internet zu nutzen. Außerdem widmen die 14- bis 29-Jährigen der Internetnutzung täglich 248 Minuten, womit sie sich deutlich von den anderen Altersgruppen sowie dem Durchschnitt aller Befragten abheben; letzterer liegt bei täglichen 166 Minuten (Van Eimeren & Frees, 2014). Auffällig ist hierbei, dass die Verweildauer der 14- bis 29-Jährigen zwei Jahre zuvor nur bei 168 Minuten und damit lediglich 35 Minuten über dem Durchschnitt aller Altersgruppen lag, womit zu verzeichnen ist, dass die ohnehin internetaffinere Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ihren Internetkonsum binnen der vorausgegangenen zwei Jahre nochmals erheblich gesteigert hat, was insbesondere der Verbreitung von Smartphones zuzuschreiben ist: mit 81 % ist es erneut die jüngste der untersuchten Gruppen, welche die größte Dichte beim Smartphonebesitz aufzuweisen hat (Busemann & Tippelt, 2014). Die Dominanz der jüngsten untersuchten Altersgruppe bzgl. der Affinität zum Internet zeigte sich auch bei der Einschätzung der eigenen Internetexpertise. Hier gaben 86 % an, sich sehr gut oder gut mit dem Internet auszukennen und lagen damit erneut über dem Durchschnitt. Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, wie stark die Präsenz des Internets im Alltag jüngerer Menschen ist und wie sehr sie weiter zunimmt.

2.3.2 Soziale Medien

Einen besonders hohen Stellenwert im Leben der Heranwachsenden nehmen dabei soziale Medien ein. Sie bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, sich mit Personen zu vernetzen und miteinander online auszutauschen. Anders als bei traditionellen

(Massen-)Medien befinden sich Internetnutzer dabei nicht nur in der Rolle des Konsumenten bzw. Rezipienten, sondern produzieren mediale Inhalte selbst mit (Wyrwoll, 2014). Diese Möglichkeit der Herstellung von sogenanntem „user-generated content“ (Neumann-Braun & Authenrieth, 2011, S. 9) und die damit verbundene Multi-direktionalität medialer Inhalte unterscheiden soziale Medien von den traditionellen Massenmedien, die unidirektional kommunizieren (Wyrwoll, 2014). Donath und Boyd (2004) definieren soziale Netzwerke als „on-line environments in which people create a self-descriptive profile and then make links to other people they know on the site, creating a network of personal connections. . . . Their network of connections is displayed as an integral piece of their self-presentation“ (S. 72). Im nächsten Subkapitel werden jene Eigenschaften sozialer Netzwerke genannt, aus welchen ihr Potential als Plattformen der Selbstdarstellung hervorgeht.

2.3.3 Potentiale der sozialen Medien als Selbstdarstellungsplattformen

Durch die zeitliche und räumliche Distanz zum Publikum erfolgt Selbstdarstellung zunächst deutlich selektiver (Rui & Stefanone, 2012), da sie nicht unmittelbar stattfinden muss (Bouvier, 2012). Dem sich Darstellenden bietet sich die Möglichkeit, sorgfältig auszuwählen, welche Art von medialen Inhalten oder Informationen er von sich preisgeben möchte und welche nicht (Bond, 2009). Möchte man etwa seine Gedanken in Form einer Statusmeldung verfassen, so kann man diese vor dem Teilen nochmals durchlesen, um zu kontrollieren, ob eventuell Fehler im Ausdruck oder der Grammatik gemacht wurden, wohingegen man außerhalb des virtuellen Geschehens weniger selektiv vorgehen kann, die Aussprache eines Gedankens beispielsweise deutlich spontaner erfolgt.

Selbstdarstellung kann außerdem dauerhaft und zu beliebiger Tageszeit ohne die Anwesenheit des Darstellers erfolgen. Postet man etwa ein Foto auf Facebook, so ist dieses Foto, sofern es für andere freigegeben ist, zu jeder Zeit für jeden Berechtigten abrufbar, ohne dass derjenige, den es zeigt, dabei physisch präsent sein muss. Gleichzeitig hat jeder stets die Möglichkeit, die von ihm publizierten medialen Inhalte zu bearbeiten oder gar zu entfernen.

Auch das Publikum auf sozialen Netzwerken unterscheidet sich von dem der Selbstdarstellung im alltäglichen Leben außerhalb des Internets. So eröffnen Internetplattformen wie Facebook oder YouTube das Potential, sich selbst in kürzester Zeit vor einem deutlich größeren Publikum zu präsentieren als es außerhalb des virtuellen Raums möglich wäre (Toma, 2014). Die Aufhebung räumlicher Beschränkungen sowie die Popularität sozialer Netzwerke ermöglichen darüber hinaus eine Ausdehnung des Publikums auf Personen außerhalb des Bekanntenkreises auf Social-Network-User in der ganzen Welt.

Reaktionen des Publikums auf Inhalte, die von dem sich Darstellenden auf Plattformen geteilt werden, erfolgen aufgrund der fehlenden Dependenz von räumlichen Gegebenheiten indirekt und finden aufgrund der zeitlichen Ungebundenheit nicht gezwungenermaßen unmittelbar statt. Das Feedback anderer Nutzer auf die veröffentlichten Inhalte ist zudem oft auch für andere Personen sichtbar, in Facebook und auf Instagram beispielsweise durch Likes und Kommentare, auf Twitter durch Retweets oder Favorisierungen, etc. So erfolgen Rückmeldungen nicht nur in plakativerer Form als außerhalb des Internets, sondern werden selbst zu geteilten medialen Inhalten (Mendelsson & Papacharissi, 2010).

Wie in Kapitel 2.2 bereits festgestellt wurde, ist die Möglichkeit, sich selbst vor anderen zu präsentieren, für die Aushandlung der Identität für Menschen in der Adoleszenzphase von enormer Tragweite. Das Potential, welches soziale Netzwerke durch ihre Unabhängigkeit von Zeit und Raum bieten, modifiziert hierbei den Prozess der Identitätsbildung Heranwachsender stark (Bond, 2009). Grant (2008) stellte fest, dass insbesondere Jugendliche soziale Netzwerke als Erweiterungen ihrer Persönlichkeit nutzen. Auch Marcus et al. (2006) bestätigen, dass das Experimentieren mit der eigenen Identität mittels Angeboten aus dem Internet, die es ermöglichen, sich selbst zu präsentieren, zunehmend üblich wird. Im nachfolgenden Unterkapitel werden ausgewählte Studien präsentiert, welche die Selbstdarstellung junger Menschen auf sozialen Netzwerken untersucht haben, um ein präziseres Verständnis für die Nutzung sozialer Netzwerke als Mittel zur Selbstdarstellung zu gewinnen und diese Arbeit in einen empirischen Kontext einzuordnen.

2.3.4 Forschungsstand: Die Selbstdarstellung junger Menschen auf sozialen Netzwerken

Der Selbstdarstellung auf sozialen Netzwerken junger Menschen wurde, wie bereits erwähnt, in zahlreichen Studien nachgegangen. Im Folgenden werden einige Studien zur Selbstdarstellung auf sozialen Netzwerken vorgestellt. Das am häufigsten untersuchte soziale Netzwerk ist bisher Facebook.

Toma (2014) untersuchte in ihrer Studie mithilfe einer quantitativen Methodenkombination aus Befragung und Experiment das Selbstdarstellungsverhalten US-amerikanischer Studenten zwischen 18 und 27 Jahren auf Facebook. Die Ergebnisse zeigten, dass die Befragten stets darum bemüht waren, sich selbst in einer positiven Art und Weise darzustellen. Dies stützt etliche Theorien der Selbstdarstellung, die angeben, dass Personen stets eine positive Darstellung ihrer selbst anstreben, wie etwa jene von Goffman (1954, siehe Kapitel 2.1). Die positive Selbstdarstellung der Befragten auf ihren Facebookprofilen wich dabei jedoch nie einer „idealized version of self“ (Toma, 2014, S. 21), d. h. die Befragten versuchten trotz positiver Selbstdarstellung selbige in realistischer Form umzusetzen. Dieses Ergebnis deckt sich mit der Warranting Theory, welche besagt, dass Personen sich in der virtuellen Sphäre nicht in unrealistischer Weise darstellen, sofern ihr Publikum zu einem großen Teil aus Personen besteht, die sie auch

außerhalb des Internets kennen (Toma, 2014). Da Facebook eine solche Plattform ist, liegt es nahe, dass Facebooknutzer sich um ein positives, jedoch weitestgehend realistisches Abbild bemühen. Zudem zeigte die Studie, dass die befragten Personen verschiedene Dimensionen in die positive Selbstdarstellung einbinden; damit ist gemeint, dass sie sich darum bemühen, freundlich sozial, humorvoll, attraktiv, etc. zu wirken. Daraus konnte abgeleitet werden, dass die Offenheit bzgl. der virtuellen Darstellung diverser Aspekte, die die eigene Person kennzeichnen, zur Norm gehören und soziale Netzwerke dementsprechend verschiedene Angebote der Selbstdarstellung offerieren (Toma, 2014).

Auch Mendelsson und Papacharissi untersuchten 2010 die Selbstdarstellung US-amerikanischer Studenten auf Facebook und fokussierten sich in ihrer Studie auf die Selbstdarstellung via Facebookfotos. Sie bedienten sich dabei quantitativer Bild- und Inhaltsanalysen, mit welchen sie über 20.000 Fotos sowie über 13.000 Kommentare unter den Fotos der Studenten untersuchten. Durch die Bildanalyse konnte festgestellt werden, dass der Großteil der Fotos Paare oder Gruppen von Personen zeigte, die gemeinsam posieren. Dies lässt auf die Wichtigkeit der Selbstdarstellung inmitten seiner Peergroup schließen; verstärkt wird dieser Schluss durch den ebenfalls in der Studie ermittelten Befund, dass die auf den Fotos abgebildeten Personen meist in gleichgeschlechtlicher Konstellation zu sehen sind (Mendelsson & Papacharissi, 2010). Bei der Wahl der Szenerie der aufgenommenen Fotos wurde zudem deutlich, dass vor allem Partys, Ausflüge mit den Freunden und Feiertage wie z. B. Halloween in wiederholter Ausführung als Kulissen der Aufnahmen dienten; alle Aufnahmen zeigten dabei durchweg positive Ereignisse. Außerdem konnten geschlechtsbedingte Unterschiede bei der Selbstdarstellung via Facebookfotos festgemacht werden. Die Analyse ergab, dass mehr Fotos, Fotokommentare und -markierungen auf den Facebookprofilen der weiblichen Teilnehmer zu finden waren als auf denen der männlichen (Mendelsson & Papacharissi, 2010). Fotos, die die weiblichen Teilnehmer zeigten, waren zudem deutlich häufiger auf den untersuchten Facebookprofilen zu finden als Fotos, die die männlichen Teilnehmer abbildeten. Außerdem konnte ein positiver Zusammenhang zwischen der Anzahl von Fotos und der Anzahl von Facebookfreunden festgemacht werden. Auffällig war, dass neben Fotos, auf denen nur eine Person dargestellt wird, auch Fotos mit Familienmitgliedern im Vergleich zu Fotos mit Freunden deutlich unterrepräsentiert waren. Diese Feststellung wird von Mendelsson und Papacharissi mit der Abgrenzung und zunehmenden Autonomie von den Eltern begründet, die den Entwicklungsprozess Heranwachsender kennzeichnet. Die Ergebnisse der Studie implizieren insgesamt die Vorliebe kollektiver Selbstdarstellung in Form repetitiver Konstellationen zum Zwecke des Ausdrucks und der Bestätigung von Freundschaft, Sympathie und Zusammengehörigkeit.

Eine weitere Studie (Online social network profile management: Self-presentation, self-concept and social network perspectives, 2012) untersuchte, welche Faktoren das Kontrollbedürfnis der eigenen Online-Selbstdarstellung beeinflussen. Mithilfe einer

quantitativen Befragung US-amerikanischer Studenten konnte in Erfahrung gebracht werden, dass Personen mit großen und heterogenen Netzwerken aus Facebookfreunden ein höheres Streben nach Kontrolle über die eigenen Informationen haben, die auf Facebook zu finden sind, als Personen mit kleineren und homogeneren Facebook-Freundeskreisen. Das Maß an Selektivität bzgl. des Teilens von Inhalten auf Facebook war außerdem bei denjenigen kontrollierter, deren Selbstwert eher von der Meinung Außenstehender abhängt. Zudem ermittelte auch diese Studie geschlechtstypische Unterschiede im Onlineverhalten: die weiblichen Befragten gaben an, häufiger Inhalte auf Facebook zu teilen als die männlichen Befragten. Darüber hinaus konnte festgestellt werden, dass Frauen strategischer und kontrollierter mit den von ihnen auf Facebook aufzufindenden Informationen verfahren als Männer. Diese Ergebnisse stützen die zuvor präsentierte Studie, in der ebenfalls festgestellt wurde, dass Frauen – außerhalb sowie innerhalb der virtuellen Sphäre – eine höhere Tendenz haben, mehr von sich preiszugeben und kommunikativer zu sein als Männer (Online social network profile management: Self-presentation, self-concept and social network perspectives, 2012).

Auch andere Studien, welche der Frage nachgingen, wie Adoleszente soziale Netzwerke nutzen, um sich selbst dazustellen, fanden geschlechtsspezifische Unterschiede. Bond (2009) befragte US-amerikanische Studenten zur Nutzung von Facebook, MySpace sowie Friendster und fand dabei heraus, dass Frauen mehr Informationen auf den von ihnen genutzten sozialen Netzwerken preisgeben als Männer. Außerdem gaben die weiblichen Befragten an, viele verschiedene Facetten ihres Lebens mittels Fotos und schriftlichen Informationen auf ihren Profilen preiszugeben, während geteilte Inhalte der männlichen Befragten hauptsächlich auf das Thema Sport bezogen waren. In einer quantitativen Studie von Kocak et al. (2011) zu geschlechtsspezifischen Unterschieden bei der Nutzung sozialer Netzwerke, gaben Frauen häufiger an, soziale Netzwerke für das Teilen selbstbezogener Informationen zu nutzen als Männer.

Neben Studien zur Selbstdarstellung junger Menschen auf Facebook, welches als Plattform im Zusammenhang mit der Selbstdarstellung am bedeutend häufigsten untersucht wurde, existieren Studien, die sich der Untersuchung anderer virtueller Netzwerke bzgl. der Selbstdarstellung widmeten. So etwa die Studie von Neumann-Braun und Astheimer (2010), in welcher das Schweizer Partyportal tilllate.com untersucht wurde. Tilllate.com ist eine Website, auf der Personen eigene Profile anlegen und sich selbst mithilfe dieser auf Partyfotos markieren können, welche zuvor auf der Plattform von Partyfotografen hochgeladen wurden. Die umfassende qualitative Bildanalyse dieser Fotos ergab, dass die darauf abgebildeten Personen sich während ihrer Selbstdarstellung an bestimmten fotografischen Konventionen orientieren: „Die Untersuchung der medialen Vorbilder für die im Netz auf den Party-Portalen präsentierten fotografischen Erzeugnisse zeigt, dass es bei der privaten und öffentlichen Fotografie vor allem die Starfotografie . . . ist, deren Inszenierungsformen als Referenzsymboliken für das körperliche („posen“) und das mode-stilistische Ausdrucksrepertoire jugendlicher Akteure dienen“ (Neumann-Braun & Astheimer,

2010, S. 15). Weiterhin konnte festgestellt werden, dass die Selbstdarstellung auf Partyportalen im Vergleich zu Plattformen, in denen es eher um die Verknüpfung mit Freunden geht, darauf abzielt, sich optimal zu vermarkten, um sich von der Masse abzuheben (Neumann-Braun & Astheimer, 2010). Darüber hinaus zeigt sich „ein deutlicher Unterschied zu ‚normalen‘ Social Network Sites wie Facebook“ (S. 97), was die Art und Weise betrifft, in welcher sich die Nutzer darstellen. Diese erfolgt auf Partyportalen nämlich deutlich provokanter und freizügiger. Damit bestätigt die Studie die zuvor getroffene Feststellung, dass die Selbstdarstellung je nach Publikum – bzw. je nach dem, was beim Publikum zu erreichen versucht wird – variiert.

Insgesamt existieren zur Selbstdarstellung auf sozialen Plattformen neben Facebook nur in spärlichem Maß Studien. Dabei etablieren sich seit wenigen Jahren zunehmend neue Netzwerke, die einen immer größeren Nutzerzuwachs aufweisen. Gleichzeitig bestätigen einige Studien die Abkehr junger Menschen von Facebook. Bereits 2012 konnte eine repräsentative Studie im Rahmen der Princeton-Universität feststellen, dass insbesondere jüngere Menschen Facebook als weniger attraktiv empfinden als zuvor. 38 % der jüngsten untersuchten Gruppe gaben an, Facebook im nächsten Jahr seltener nutzen zu wollen (Rainie et al., 2013). Auch eine Statistik, welche die Nutzerentwicklung der Facebooknutzer in Deutschland zwischen 2011 und 2014 untersuchte, belegte, dass während die Zahl der Nutzer zwar von Jahr zu Jahr insgesamt zunahm, sich die Zahl junger Nutzer bei 18- bis 24-Jährigen von 2013 auf 2014 nicht mehr veränderte und die Zahl der 13- bis 17-Jährigen sogar abnahm (allfacebook.de, 2014). Eine qualitative Studie von West et al. (2009) ergab, dass junge Menschen in Facebook vorwiegend einen Raum sehen, der ihnen einen Austausch mit Gleichaltrigen ermöglicht. Ältere Personen, und dabei insbesondere die eigenen Eltern, beeinträchtigen hingegen die freie Selbstdarstellung der jungen Menschen auf Facebook. Demnach könnte die aktuelle Zuwanderung älterer Personen zum ehemaligen Studentennetzwerk eine Ursache für die gleichzeitige Abwanderung jüngerer Menschen von Facebook darstellen. Eine andere mögliche Ursache für die abnehmende Popularität von Facebook liegt in der insbesondere in den letzten Jahren stark angestiegenen Angebotsvielfalt neuer Plattformen (Jaffray, 2014). Insbesondere mobile Anwendungen wie Instagram oder Snapchat erfreuen sich dabei einer zunehmend ansteigenden Beliebtheit bei jungen Menschen. In einer komparativen Statistik von GlobalWebIndex (2014) wird Facebook mit anderen beliebten Plattformen bzgl. der Altersverteilung verglichen. Facebook verzeichnet dabei mit 25 % den geringsten Anteil an jungen Nutzern. Besonders jene Plattformen, auf denen hauptsächlich Fotos geteilt werden, wie Instagram oder Tumblr, haben mit jeweils 37 % und 38 % den höchsten Anteil an jungen Nutzern. Dennoch sind die meisten dieser neuen Plattformen und Apps in der Forschung noch kaum angelangt.

In dieser Arbeit soll eines dieser neueren sozialeren Netzwerke – die Photo-Sharing-Plattform Instagram – untersucht werden. Im folgenden Kapitel werden die basalen Funktionen und Charakteristika zum Verständnis von Instagram erläutert. Außerdem

soll beleuchtet werden, inwiefern Instagram als Medium der Selbstdarstellung fungieren kann.

2.4 Instagram

Instagram lässt sich zunächst als soziale Photo-Sharing-Applikation definieren (Sanvenero, 2013). Instagramnutzer können sich mithilfe ihrer E-Mail-Adresse registrieren, ein eigenes Profil anlegen und Fotos sowie 15-sekündige Videos aufnehmen, innerhalb der App bearbeiten und auf ihren Instagramprofilen sowie Profilen anderer sozialer Netzwerke wie Facebook oder Twitter teilen. Die Vernetzung mit anderen Nutzern erfolgt asynchron, damit ist gemeint, dass Instagramnutzer abonniert werden können, ohne dass sie ihre Abonnenten ebenfalls abonnieren müssen. Die Profile können sowohl privat gehalten als auch für die Öffentlichkeit freigegeben werden. Fotos können zudem mit Hashtags, GPS-Angaben und Markierungen anderer Profile ausgestattet werden. Wie bei Facebook können Fotos und Videos auf Instagram zudem mit einem Like versehen und kommentiert werden (Manikonda et al., 2014). Die im Jahr 2010 von Mike Krieger und Kevin Systrom gegründete mobile Anwendung (Ferrara et al., 2014) wurde zwei Jahre nach ihrer Einführung für eine Milliarde US-Dollar durch den Facebook-Konzern aufgekauft und hatte insbesondere ab diesem Zeitpunkt einen rasanten Nutzerzuwachs zu verzeichnen: Während die App zwei Monate nach ihrer Gründung nur eine Million Nutzer aufweisen konnte, wuchs die Zahl der Nutzer weniger als ein Jahr später auf 10 Millionen und konnte kurz nach der Übernahme durch Facebook 80 Millionen Nutzer zählen (Instagram Pressestelle, 2015). Seit Dezember 2014 wurden 300 Millionen monatlich aktive Instagramnutzer gezählt, womit Instagram insgesamt mehr Nutzer aufweisen konnte als der Micro-Blog Twitter (We Are Social, 2015). Im Quartalsvergleich des ersten sowie letzten Quartals 2014 ließ sich ein Wachstum der Anwendung von 43 % festmachen, womit sich Instagram zusammen mit Pinterest den dritten Platz der am schnellsten wachsenden Apps des Jahres 2014 teilte (GlobalWebIndex, 2015). Aus den genannten Statistiken geht deutlich hervor, wie stark die Präsenz von Instagram angestiegen ist. Aus der rasanten Verbreitung des noch jungen Photo-Sharing-Netzwerkes wächst die Notwendigkeit der gründlichen empirischen Erforschung der Potentiale, Einflüsse und Wirkungen von Instagram. Bisher wurde Instagram in der Medien- und Kommunikationswissenschaft nur spärlich untersucht (Manikonda et al., 2014). Der Großteil der Studien zu Instagram stammt aus dem Jahr 2014 und umfasst besonders quantitative Studien, welche sich mit Nutzerstatistiken befassen. Qualitative Studien existieren lediglich vereinzelt, wie etwa die Panel Diskussion von Abbott et al. (2013), in der Aspekte wie die Wahrnehmung der Privatsphäre auf Instagram oder die Kriterien für positive Resonanzen zu geteilten Inhalten erörtert wurden. Die darin erhobenen Befunde sind für diese Arbeit nicht relevant, daher wird bei der Erwähnung dieser Studie verblieben. Einschlägige Studien, welche explizit die Selbstdarstellung auf Instagram untersuchten, sind zum

Verfassungszeitpunkt dieser Arbeit nicht bekannt; hieraus ergibt sich ein Desiderat, aus dem sich die Relevanz dieser Arbeit ableiten lässt.

2.5 Zusammenfassung des Kapitels und Formulierung der Forschungsfrage

Im Folgenden sollen die Kernpunkte des zweiten Kapitels kurz zusammengefasst werden, um – aus ihnen hervorgehend – die Forschungsfrage zu formulieren, bevor im nächsten Kapitel die Methodik dieser Arbeit vorgestellt werden soll.

Die Selbstdarstellung ist ein Vorgang, welcher immer dann stattfindet, wenn ein Publikum existiert. Sofern die Selbstdarstellung bewusst vonstattengeht, versuchen Menschen sich stets auf eine für sie vorteilhafte Art und Weise vor anderen zu präsentieren (vgl. Kapitel 2.1). In der Adoleszenzphase gewinnt der Prozess der Selbstdarstellung an besonderer Bedeutung, da mithilfe dieser die Identität der Heranwachsenden ausgehandelt werden kann (vgl. Kapitel 2.2). Die Ausformung der Identität gehört zu einem der wichtigsten psychischen Vorgänge innerhalb der Adoleszenzphase. Neben der Möglichkeit, seine Präferenzen, Wertvorstellungen und Meinungen mittels der Selbstdarstellung nach außen zu tragen, hat die Selbstdarstellung darüber hinaus gerade in der Adoleszenzphase die Funktion der Generierung eines sozialen Spiegels, welcher sich dem sich Darstellenden aus Reaktionen und Rückmeldungen seiner sozialen Umwelt ergibt. Besonders Frauen berücksichtigen Reaktionen, Meinungen und Einstellungen ihres Umfelds bei der Ausformung ihres Selbstbildes. Ein wichtiges Forum für die Selbstdarstellung bieten soziale Netzwerke, welche aufgrund räumlicher- und zeitlicher Independenz eine selektivere Darstellung der eigenen Person ermöglichen, die vor einem größeren und disperseren Publikum vonstattengeht (vgl. Kapitel 2.3). Soziale Netzwerke werden hierbei am intensivsten von jungen Menschen genutzt. Studien, die die Selbstdarstellung junger Menschen auf sozialen Netzwerken untersuchten, fanden insbesondere heraus, dass die Untersuchten sich stets um eine positive Darstellung ihrer Person bemühen. Frauen nutzen soziale Netzwerke zur Selbstdarstellung zudem frequenter als Männer. Wie viel jemand preisgibt, hängt außerdem von der Größe und Diversität des Publikums ab. Das Potential sozialer Netzwerke als Foren der Selbstdarstellung und somit Aushandlung der Identität von Heranwachsenden wurde insbesondere in Bezug auf Facebook eingehend untersucht. Aktuell herrscht jedoch ein Trend zum Abgang von Facebook und der Zuwendung zu neueren sozialen Netzwerken. Ein solches ist die Photo-Sharing-App Instagram, zu welcher trotz großer Nutzerzahl und weitestgehend junger Nutzerdemografie aktuell keine bekannten Studien existieren, die die Selbstdarstellung junger Menschen auf selbiger untersuchen (vgl. Kapitel 2.4). Diese Arbeit liefert hierbei einen Ansatz zur Schließung dieser Forschungslücke. Aus den eben summierten Kernpunkten bildet sich folgende Forschungsfrage heraus:

Wie nutzen junge Frauen mit einer hohen Zahl von Abonnenten die Photo-Sharing-App Instagram zur Selbstdarstellung?

3. Methodisches Vorgehen

In diesem Kapitel wird die methodische Rahmung der Arbeit expliziert. Dazu wird zunächst kurz auf qualitative Interviews vor dem Hintergrund qualitativer Sozialforschung im Allgemeinen eingegangen. Im Anschluss daran werden die Methoden der Datenerhebung, ihre Verschriftlichung sowie ihre Analyse näher erläutert. Abschließend soll auch der Insiderstatus des Forschenden erwähnt und kritisch beleuchtet werden, bevor im nachfolgenden Kapitel die Ergebnisse dieser Arbeit präsentiert werden.

3.1 Qualitative Interviews

Qualitative Interviews sind klassische und etablierte Formen der qualitativen Methodik (Bergmann, 2006). In der qualitativen Sozialforschung zählen Interviews zu den am häufigsten angewandten Datengewinnungsverfahren (Aufenanger, 2006). Neben qualitativen Interviews existieren auch innerhalb der quantitativen Forschung Formen von Befragungen sowie jene außerhalb der Forschung, wie etwa journalistische Interviews, von denen sich die Form des qualitativen Interviews insbesondere durch die Vorgehensweise und Zielsetzung unterscheidet. Qualitative Interviews erfolgen zunächst relativ offen. Anstatt eine starr festgelegte Anreihung von Fragen kategorisch abzuarbeiten, wird versucht, das Gespräch einer natürlichen Konversation nachzuempfinden (Bergmann, 2006). Je nach Interviewform können qualitative Interviews teilstandardisiert und mit einer groben Fragestruktur versehen bis hin zu völlig offen gestaltet sein. Das Prinzip der offenen Herangehensweise teilen qualitative Interviews mit anderen Methoden der qualitativen Datenerhebung. Insgesamt gilt für qualitative Methoden:

sie wollen einen beobachteten Sachverhalt nicht in vorgegebenen Konzepten beschreiben, sondern in Konzepte der Beschreibung aus der Beobachtung des Sachverhalts gewinnen. Anstatt also bereits im Vorhinein Beobachtungseinheiten zu definieren oder verbindliche Interviewfragen festzuschreiben, verhält sich die qualitative Sozialforschung abwartend, zurückhaltend, offen und ist gekennzeichnet von dem Bemühen, gewissermaßen den untersuchten Gegenstand selbst erst einmal zu Wort kommen zu lassen (Bergmann, 2006, S. 19).

Die generierten Daten als Produkte der Kommunikation zwischen Interviewer und Interviewtem bestehen hierbei aus „Fakten, Wissen, Meinungen, Einstellungen oder Bewertungen“ (Schnell et al., 1992, S. 328, zitiert nach Brüsemeister, 2000, S. 16) der befragten Personen. Es geht der qualitativen Forschung dabei darum, soziale Phänomene „in ihrer nicht-zählbaren Eigenart, Vielschichtigkeit, Widersprüchlichkeit und Dynamik zu bewahren und zur Geltung kommen zu lassen. Es geht also um Datenanreicherung . . . sowie um die Entdeckung einer noch nicht vom Wissenschaftler

gefilterten oder gar zugerichteten sozialen Wirklichkeit“ (Bergmann, 2006, S. 17). In der qualitativen Forschung wird – im Gegensatz zum Verfahren in der quantitativen Forschung – mit bedeutend kleineren Fallzahlen gearbeitet (Brüsemeister, 2000); aufgrund eines kleineren Samples können die untersuchten Fälle eingängig und detailliert betrachtet werden.

Im Rahmen dieser Arbeit fiel die Wahl der Erhebungsmethode auf das problemzentrierte Interview nach Witzel.

3.2 Das problemzentrierte Interview

Das problemzentrierte Interview (PZI) nach Witzel (1989) ist eine Form des qualitativen Interviews. Drei Kriterien sind für die Methode des PZI dabei konstitutiv. Namensgebend für das PZI ist dabei das erste der drei Kriterien – die *Problemzentrierung*. Diese meint „zunächst den Ausgangspunkt einer vom Forscher wahrgenommenen gesellschaftlichen Problemstellung“ (Witzel, 1989, S. 230). Hierbei hat der Forschende seinen Kenntnisstand bzgl. der untersuchten Problemstellung offenzulegen und ihn mithilfe kritischer problembezogener Recherche einschlägiger theoretischer und empirischer Arbeiten zu systematisieren (Witzel, 1989). Zusätzlich gilt es, sich ein Bild darüber zu machen, welche objektiven Konditionen die befragten Personen bzgl. der Problemstellung der Forschung in ihren Handlungen determinieren, um „Verarbeitungsformen gesellschaftlicher Realität verstehend nachzuvollziehen sowie inhaltsbezogene und genauere Fragen bzw. Nachfragen . . . stellen“ zu können (Witzel, 1989, S. 230). Hier zeigt sich die Schere zwischen der für die qualitative Forschung kennzeichnenden unvoreingenommenen Herangehensweise und der Berücksichtigung zuvor vorhandener sowie angeeigneter Kenntnisse der Materie, die es zu erforschen gilt. Diese Gegensätzlichkeit wird aufgehoben, indem das Problemfeld zwecks der Sensibilisierung der Wahrnehmung des Forschers vorläufig abgesteckt wird, der Forscher sein Vorwissen während der Erhebung offenhält und sich von der Empirie leiten lässt (Blumler, 1954, zitiert von Witzel, 1989, S. 231).

Das zweite der drei Kriterien des PZI ist jenes der Gegenstandsorientierung. Unter dem Begriff der Gegenstandsorientierung versteht man, dass die Wahl der Methode vom Untersuchungsgegenstand abhängt und sich diesem anpasst. Qualitative Methoden kommen idealerweise dann zum Einsatz, wenn Häufigkeitsverteilungen per se weniger von Interesse sind als die Ursachen dieser Häufigkeitsverteilungen, denen mithilfe der qualitativen Analyse „situativer Handlungen und Deutungen, d. h. konkreter sozialer Vorgänge“ (Witzel, 1989, S. 233) auf den Grund gegangen werden kann. Das Gegenteil der Gegenstandsorientierung ist die Orientierung am Instrument, welche innerhalb des PZI abgelehnt wird.

Die *Prozessorientierung* markiert die dritte Komponente der drei Grundausrichtungen des PZI und meint „eine schrittweise Gewinnung und Prüfung von Daten, wobei

Zusammenhang und Beschaffenheit der einzelnen Elemente sich erst langsam und in ständigem reflexiven Bezug auf die dabei verwandten Methoden herauschälen“ (Witzel, 1989, S. 233). Auch die Wahl der zu untersuchenden Fälle ergibt sich im Prozess des Forschens aus den ihm abgeleiteten Regeln der Frage, welche Individuen oder Gruppen im Rahmen der Forschung von Relevanz sind (Witzel, 1989). Die Prozessorientierung umfasst darüber hinaus „neben der Gesamtgestaltung des Forschungsablaufs und der Entwicklung des kommunikativen Austauschs im Interview auch den Aspekt der Entwicklung des Verstehensprozesses im Interview bis hin zur kontrollierten Absicherung und Erweiterung der Interpretation im wissenschaftlichen Kontext“ (Witzel, 1989, S. 234).

Zur Durchführung des PZI bedarf es darüber hinaus vier Werkzeuge: dem Kurzfragebogen, dem Leitfaden, der Tonbandaufzeichnung sowie dem Postskriptum.

Der *Kurzfragebogen*, welcher als Instrument üblicherweise eher in der quantitativen Forschung zu verorten ist, dient dazu, zentrale Informationen über den Befragten außerhalb des eigentlichen Interviews isoliert abzufragen, um die Anmutung eines Frage-Antwort-Spiels zu eliminieren. Zum anderen kann der Interviewer die abgefragten Informationen in Fragen integrieren, die er dann innerhalb des Interviews an den Befragten heranträgt (Witzel, 1989).

Der *Leitfaden* bildet das Herz des methodischen Korpus und hat zur Aufgabe, das Wissen des Forschers thematisch nach den jeweils angestrebten Fragerichtungen zu organisieren und ihm damit als Gedächtnisstütze während des Interviews zu dienen (Witzel, 1989, S. 236). Den eigentlichen Leitfaden bildet dennoch die Gesprächsdynamik, die vom Befragten ausgeht. Der vom Forscher konstruierte Leitfaden dient dabei der groben Orientierung für die Abarbeitung aller relevanten Themenfelder und als Anregung zur Weiterführung des Befragungsgesprächs (Witzel, 1989).

Die Erfassung der Daten, welche aus dem Befragungsgespräch hervorgehen, erfolgt mittels einer *Tonbandaufzeichnung*, welche damit ebenfalls eines der Instrumente des PZI verkörpert. Der Vorteil einer Aufzeichnung des Interviews mittels Tonband ist, dass der Interviewer sich währenddessen keine Notizen bzgl. der Antworten des Befragten machen muss und dem Interview damit seine vollste Konzentration widmen kann. Alles, was im Interview gesagt wird, wird aufgezeichnet, ohne dass Informationen verloren gehen können und das Interview verfälscht transkribiert werden kann (Witzel, 1989).

Das letzte Glied, welches zum Korpus des PZI gehört, ist die *Postkommunikationsbeschreibung*. Mit dieser sind Notizen gemeint, mit denen Auffälligkeiten vor sowie nach dem Interview, d. h. außerhalb der Audioaufzeichnung, niedergeschrieben werden und evtl. bei der Interpretation der Ergebnisse hilfreich sein können (Witzel, 1989). In dieser Arbeit finden sich selbige in den Transkriptionsköpfen der Transkripte wieder.

3.3 Sample

Im Folgenden wird die Auswahlbegründung des Samples nochmals zusammengefasst, bevor die Datenerhebung kritisch reflektiert wird.

Im Rahmen dieser Forschungsarbeit wurden acht Instagramnutzerinnen zwischen 18 und 21 Jahren befragt, deren Instagram-Profil zu den jeweiligen Zeitpunkten der Befragungen zwischen 1226 und 55.000 Abonnenten aufwies.

Die Rekrutierung erfolgte auf mehrfachen Plattformen. So wurde zunächst versucht, Personen, die der Stichprobe entsprachen, mittels Instagram Direct zu kontaktieren. Die Forschende verfügte bereits vor dieser Arbeit über einen privaten Instagramaccount, somit konnten potentielle Teilnehmerinnen mittels diesem angeschrieben werden. Da die Teilnahmebereitschaft der kontaktierten Instagramnutzerinnen nur in spärlichem Maße vorhanden war, wurde zusätzlich mithilfe des Forums der Flohmarkt-Seite Kleiderkreisel auf diese Studie hingewiesen, woraufhin weitere positive Rückmeldungen eingeholt werden konnten. Da bis auf eine der acht zu befragenden Personen keine in der Nähe des Standortes der Forschenden wohnhaft waren, erfolgte lediglich eines der acht Interviews face-to-face in einem Café, während die übrigen Interviews telefonisch und jeweils von zuhause aus stattfanden. Vor den Interviews wurde ein Pretest mit einer weiteren Instagramnutzerin durchgeführt, welche eigens für diesen rekrutiert wurde. Mithilfe des Pretests konnte die ungefähre Interviewdauer bestimmt sowie die Verständlichkeit der Fragen aus dem Leitfaden geprüft werden.

Die Kriterien des Samples ergaben sich aus eingängiger Recherche forschungsrelevanter Literatur (vgl. Kapitel 2). So wurde die Altersbeschränkung auf einen Zeitraum festgelegt, welcher mit der Adoleszenzphase korreliert. Aufgrund der Vielzahl verschiedener Verständnisse bzgl. des Beginns und Endes der Adoleszenzphase fiel es schwer, die ‚beste‘ unter ihnen auszuwählen. Darüber hinaus wenden sich, wie in Kapitel 2.2.1 bereits erwähnt wurde, einige Theoretiker aufgrund der Individualität bzgl. des Einsetzens, der Dauer sowie dem Abschluss der Adoleszenzphase gegen ein starres Abstecken von Altersgrenzen. Dennoch muss zwecks einer präzisen Abgrenzung der zu untersuchenden Fälle eine Altersspanne ausgewählt werden, die die Adoleszenzphase integriert. Die Wahl fiel dann hierbei auf das Verständnis der späten Adoleszenzphase nach Fend (1991), welche laut diesem im Zeitraum zwischen 16 und 24 Jahren stattfindet und den Zeitraum innerhalb der Adoleszenzphase markiert, in dem die Möglichkeiten des Experimentierens die größten sind (vgl. Kapitel 2.2.1). Die Entscheidung für eine weibliche Stichprobe resultiert vornehmlich aus den in Kapitel 2.3.4 erwähnten Studien zur Selbstdarstellung junger Menschen, welche insbesondere ergaben, dass Frauen mehr und bereitwilliger Informationen (sowohl offline als auf sozialen Netzwerken) von sich preisgeben als Männer. Mehrere Studien kamen zu dem Ergebnis, dass Frauen das Internet primär zur Kommunikation nutzen und mehr Content, insbesondere Fotos, sowie mehr Inhalte aus ihrem Privatleben in sozialen Netzwerken offenbarten als Männer. Der vielleicht einschlägigste Befund zugunsten der

Entscheidung für eine weibliche Stichprobe war jedoch jener aus der Studie von Josephs et al. (1992), dass die Identitätsbildung von Frauen stark im Zusammenhang mit der Rückmeldung anderer zusammenhängt, während Männer sich bei der Ausformung ihrer Identität nicht an den Meinungen und Einschätzungen anderer orientieren (vgl. Kapitel 2.3.4). Ein weiteres Charakteristikum der Stichprobe bezieht sich auf die Zahl der Instagramabonnenten der Befragten. Wie Goffmans Theorie zu entnehmen ist, erfolgt die Selbstdarstellung vor großem Publikum noch bedachter als vor einer geringeren Zahl von Personen. Somit lässt sich vermuten, dass bei der Untersuchung der Selbstdarstellung vor großem Publikum die Selbstdarstellung mit einem hohen Grad an Bewusstsein vonstattengeht. Auch die Studie von Rui und Stefanone (2012) bestätigte den Sachverhalt, dass Selbstdarstellung mit Zuwachs des Publikums selektiver vonstattengeht. Somit kann bei der Untersuchung der Selbstdarstellung von Personen, welche sich vor einem großen Publikum darstellen, tendenziell davon ausgegangen werden, dass die Selbstdarstellung bewusst und absichtlich abläuft und somit bestimmten Motiven außerhalb der Unbewusstheit und des Zufalls zugrunde liegt. Daher sollten bei der Sampleauswahl ausschließlich junge Frauen mit einem großen Instagrampublikum berücksichtigt werden. Ab welcher Zahl von einem großen Publikum gesprochen werden kann, ist dabei eine nicht eindeutig zu beantwortende Frage. Einen Anhaltspunkt liefert zunächst die durchschnittliche Zahl sozialer Beziehungen, die eine Person außerhalb der virtuellen Sphäre aufweisen kann. Diese liegt im Mittel bei etwa 150 Personen (Dunbar, 1993). Auf sozialen Netzwerken erhöht sich diese Zahl teils dramatisch. Facebook führte 2015 eine repräsentative statistische Nutzungsanalyse durch. Dabei ergab sich eine durchschnittliche Anzahl von 342 Facebookfreunden je Person (Facebook, 2015). Im Gegensatz zu Facebook veröffentlicht Instagram keine eigenen statistischen Analysen. Mithilfe des Instagram-API können jedoch Nutzerstatistiken erhoben werden. Byrne (2014) analysierte die Nutzerdaten von 21.239 Instagramprofilen und gelangte dabei zu einer durchschnittlichen Abonnentenzahl von 843 je Person.

3.4 Datenerfassung

Die geführten Interviews wurden gemäß dem Verfahren des PZI mithilfe der Tonbandfunktion eines Smartphones aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Die Transkription erfolgte nach dem Schema des Basistranskripts der GTA2-Konvention. Das Basistranskript erfasst nicht nur das Gesprochene, sondern ebenfalls die Art und Weise, wie gesprochen wird. So werden Intonationen, Sprechpausen, Dehnungen, etc. mittranskribiert (Selting et al., 2009). Im Rahmen dieser Arbeit werden aufgrund des Fokus auf den manifesten Gehalt der Daten nur die markanten sprachlichen Auffälligkeiten ins Transkript mitaufgenommen, da diese möglicherweise bei der Interpretation der Aussagen hilfreich sein könnten.

3.5 Die Themenanalyse

Die Interpretation der gesammelten Daten erfolgt nach dem Vorbild der Themenanalyse von Froschauer und Lueger (2003). Die Themenanalyse eignet sich im Rahmen dieser Arbeit zur Aufarbeitung und Interpretation des Materials, da mit ihrer Hilfe zunächst ein guter Überblick über eine große Menge von Texten generiert werden kann (Froschauer & Lueger, 2003). Der Fokus bei der Themenanalyse liegt auf dem manifesten Gehalt der Texte, also auf Inhalte von Aussagen und ihre Argumentationsstrukturen. Innerhalb der Themenanalyse werden zwei Varianten voneinander unterschieden, das Textreduktionsverfahren sowie das Codierverfahren. In dieser Arbeit wird das Textreduktionsverfahren angewandt.

Das Textreduktionsverfahren zielt auf eine Komprimierung großer Textmengen zum Zwecke der Herausarbeitung „charakteristischer[r] Elemente der Themendarstellung“ (Froschauer & Lueger, 2003, S. 159) ab. Dabei soll ein Verständnis für Argumentationszusammenhänge sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede innerhalb der einzelnen Themen generiert werden.

Zunächst werden Textstellen zu Themen identifiziert. Wie ein Thema definiert werden kann, ist von der Forschungsfrage der empirischen Arbeit abhängig. Des Weiteren erfolgt eine schrittweise reduktive Verdichtung der Themenblöcke. So werden zusammenhängende Textstellen gesucht. Anschließend stellt sich die Frage, welche Aspekte die Themen charakterisieren und in welchen Zusammenhängen sie erwähnt werden. Auch die Ermittlung der Abfolge, in welcher die Themen zur Sprache gebracht werden, stellt ein Element des Textreduktionsverfahrens dar, sofern die Befragungen offen stattfinden. Da in dieser Arbeit mit dem PZI gearbeitet wurde und eine grobe Reihenfolge somit festgelegt wurde, ist dieser Analyseschritt von tendenziell geringerer Bedeutung. Im weiteren Verlauf der Analyse wird dann nach Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Themen untereinander gesucht, bevor die bis dato ermittelten Befunde zuletzt in den Kontext der Forschungsfrage eingebettet werden können (Froschauer & Lueger, 2003).

3.6 Kritische Betrachtung des Insiderstatus

Wie es die Methode des PZI verlangt, soll zum Abschluss des Methodenkapitels das Insiderwissen der Forschenden offengelegt und kritisch reflektiert werden. Wie bereits erwähnt wurde, setzt die Verwendung qualitativer Methoden eine induktive Verfahrensweise voraus. Daraus resultiert eine Unvoreingenommenheit des Forschers gegenüber dem Untersuchungsgegenstand. Bei der Methode des PZI werden vorhandene Vorkenntnisse bzgl. der zu erforschenden Materie berücksichtigt und nicht gänzlich ausgeblendet. Neben dem theoretisch fundierten Vorwissen, welches sich die Forschende im Zuge der Vorbereitung dieser Studie angeeignet hat, war darüber hinaus auch das zuvor vorhandene Insiderwissen von enormem Vorteil. Die Forschende

verfügte bereits vor der Realisierung dieser Arbeit über ein Repertoire an Termini, welche sich spezifisch auf Instagram beziehen.

So konnte sie im Prozess der Erstellung eines Interviewleitfadens Aspekte abfragen, welche ohne einen gewissen Grad an Hintergrundwissen nicht hätten erwähnt werden können:

Transkriptauszug des PZI mit Barbara, 14.05.2015:

392 A: ähm unabhängig von fotos gibt es noch weitere taktiken wie
393 man ähm (.) versuchen kann mehr follower zu kriegen,
394 durch beispielsweise shoutouts (.) durch follow for follow
395 (.) durch hashtags und so.
396 machst du sowas oder hast du sowas gemacht,
397 bevor du so viele follower hattest?
398 B: also bevor ichs gemacht,
399 äh bevor ich so viele follower hatte hab ich,
400 ähm: ziemlich OFT diese hashtags benutzt,
401 aber jetzt äh (.) nehm ich nur noch die von unserem
402 programm,
403 und shoutouts mach ich auch noch regelmäßig welche aber nur
404 mit leuten die ich auch wirklich (.) sehr gern mag oder sehr
405 schätze.

Der Begriff ‚Shoutout‘ bezeichnet einen Vorgang, bei dem der Inhaber eines Instagram-Accounts ein Foto oder Video eines anderen Instagramaccounts teilt. Häufig wird in der Bildunterschrift zusätzlich dazu aufgerufen, dem Inhaber des geteilten Inhalts zu folgen. Es existieren sogar eigens für Shoutouts zuständige Instagramprofile. Durch Shoutouts vergrößert sich die Aufmerksamkeit für das Profil, welches in den jeweiligen Shoutouts beworben wird. Die Bezeichnung ‚follow for follow‘ meint das synchrone Abonnieren bestimmter Profile zum Zwecke der Erhöhung der Abonnentenzahl. Derartiges Wissen ist nur schwer durch bloße Literaturrecherche zu erarbeiten, zumal Instagram noch nicht ausgiebig untersucht wurde.

Da nun alle Komponenten des methodischen Vorgehens dieser Studie dargestellt wurden, folgt die Präsentation der Forschungsergebnisse mithilfe einer fallspezifischen- sowie fallübergreifenden Datenanalyse im folgenden Kapitel.

4. Ergebnisdarstellung

Nachdem nun sowohl der theoretische Hintergrund dieser Studie als auch ihre methodische Rahmung ausgeführt wurden, gilt es in diesem Kapitel, ihre Ergebnisse zu präsentieren. Dies soll zunächst anhand dreier ausgewählter Fälle mithilfe einer Einzelfallanalyse geschehen, bevor im Anschluss die fallübergreifende Ergebnisdarstellung erfolgt.

4.1 Die Einzelfallanalyse

Dieses Kapitel widmet sich der Analyse prägnanter Einzelfälle des Samples. Die Wahl fiel hierbei auf drei Fälle, welche sich auf jeweils verschiedene Weisen von der Stichprobe abheben. Der erste der drei Fälle ist jener von Luise (Interview 3). Luises Aussagen decken sich zu einem großen Teil mit den am häufigsten getätigten Aussagen der Befragten. Damit gewährt Luises Interview einen idealen ersten Einblick in die im Rahmen dieser Studie generierten Daten. Neben dem Interview von Luise werden zwei weitere Interviews einzeln betrachtet: das Interview mit Barbara (Interview 7) sowie das Interview mit Bella (Interview 8). Der Grund für die Sinnhaftigkeit der jeweils gesonderten Analysen dieser beiden Fälle liegt in ihrer Andersartigkeit gegenüber den übrigen Fällen, welche es abseits der fallübergreifenden Analyse hervorzuheben gilt. Einzelfallanalysen dienen der Erhaltung der Vielschichtigkeit der Daten und beugen einer Verallgemeinerung der Fälle vor.

4.1.1 PZI mit Luise

Luise ist 18 Jahre alt, Schülerin und hatte zum Zeitpunkt der Befragung 5271 Abonnenten sowie 192 Abonnements auf ihrem Instagramprofil zu verzeichnen. Luise ist vor etwa zwei Jahren durch eine Freundin auf Instagram aufmerksam geworden und nutzt die Anwendung seit diesem Zeitpunkt. Sie gibt an, täglich zwei Stunden auf Instagram zu verbringen, empfindet dies jedoch als „nicht viel“ (PZI mit Luise, Z. 10).

Luise postet am liebsten Fotos von sich selbst, jedoch betont sie hierbei, dass die von ihr geteilten Fotos weitestgehend „natürlich wirkende . . . fotos“ (PZI mit Luise, Z. 69) „und nicht nur so selfies“ (PZI mit Luise, Z. 68) seien. Im weiteren Verlauf des Gesprächs geht Luise erneut auf das Thema Selfies ein und äußert sich folgendermaßen dazu: „ich könnt jetzt zum beispiel nicht andauernd irgendwelche selfies . . . posten, weil ich denke, also des kommt mir dann irgendwie so selbstverliebt . . . oder so selbstzentriert eher vor“ (PZI mit Luise, Z. 95-99). Luise sieht also im häufigen Posten von Fotos, die einen selbst zeigen, einen möglichen Indikator für Narzissmus und beugt diesem vor, indem sie zwischen Fotos, auf denen sie selbst zu sehen ist, bewusst Fotos teilt, welche andere Motive zeigen.

Luise postet mehrmals wöchentlich Fotos und tut dies laut eigener Angabe regelmäßig am Abend (vgl. PZI mit Luise, Z. 49). Wenn sie aus zeitlichen Gründen länger keine Fotos geteilt hat, verspürt sie manchmal einen Drang dazu, jedoch gibt sie an, in solchen Situationen dennoch nichts auf Instagram hochzuladen. Die Fotos, die Luise teilt, werden sowohl mit dem Handy als auch der Spiegelreflexkamera aufgenommen; in letzterem Fall gibt Luise an, sich manchmal mit einer Freundin zu treffen, die im Besitz einer Spiegelreflexkamera ist, um mit ihr Fotos zu machen (vgl. PZI mit Luise, Z. 84-87). Alle für Instagram vorgesehenen Fotos werden dabei mithilfe einer Bildbearbeitungsapp editiert, bevor sie gepostet werden. In Luisers Äußerungen zu ihrem Postingverhalten lässt sich eine systematische Sorgfalt erkennen, nach der Luise ihr Instagramprofil strukturiert. Qualität, Ästhetik, Regelmäßigkeit und Abwechslung scheinen Luisers Verhalten beim Teilen von Fotos zu determinieren.

Die hohe Zahl an Instagramabonnenten jedoch sei kein Faktor, welcher Luise bei dem Posten von Fotos beeinflusse, wobei sie nach kurzem Überlegen anmerkt, ihren Account mit größerer Sorgfalt zu gestalten als früher, was sie jedoch nicht mit dem Anstieg ihrer Abonnentenzahl begründen würde (vgl. PZI mit Luise, Z. 222-228). Allgemein empfindet Luise die Zahl ihrer Abonnenten nicht mehr als groß und äußert sich folgendermaßen:

Transkriptauszug des PZI mit Luise, 13.05.2015

200 A: wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
201 folgen?
202 B: ähm, ich find mittlerweile, also äh (.) es ist auch (x),
203 als ich meine dreitausender grenze hatte,
204 fand ichs COOL,
205 und dann, wurde es irgendwie so zur gewohnheit.
206 also es ist mittlerweile find ichs nicht mehr besonders wenn
207 leute sagen ja du hast viele follower also dann (.) sag ich
208 ach quatsch;
209 (.) es gibt halt mehr und dann, (--) orientiert man sich an
210 den höheren,
211 aber ich finds halt wirklich nicht mehr besonders.

Aus Luisers Aussagen lässt sich ein Gewöhnungsprozess an die hohe Zahl von Abonnenten folgern, welcher diese nach einer gewissen Zeit nicht mehr als hoch erscheinen lässt. Zudem vergleicht Luise ihren Account mit anderen Accounts, welche im Vergleich zu ihrem wesentlich höhere Abonnentenzahlen aufweisen und relativiert damit ihre Publikumsgröße. Des Weiteren sagt Luise aus, eine hohe Zahl an Followern sei ihr nicht wichtig, obwohl sie des Öfteren doch als positiv empfunden wird (vgl. PZI mit Luise, Z. 245ff.). Dass Luise dennoch mit einem Zuwachs an Abonnenten sympathisiert, wird deutlich, als sie aussagt, gerne 10.000 Abonnenten zu haben, was

beinahe das Doppelte ihrer jetzigen Zahl ausmacht (vgl. PZI mit Luise, Z. 251-255). Man kann also schlussfolgern, dass das große Publikum zwar als wünschenswert, jedoch nicht als von unabdingbarer Essenz empfunden wird. Entsprechend ihrer hohen Abonnentenzahl ist sich Luise bewusst, welche Kriterien einen Zuwachs an Abonnenten begünstigen: insbesondere die passive Verbreitung der eigenen Fotos durch sogenannte Shoutouts auf anderen Instagramprofilen sei hierbei ein entscheidender Faktor, ebenso das regelmäßige Teilen von Fotos. Bei der Frage, ob sie selbst durch derartige Wege versuche, ihre Abonnentenzahl zu steigern, verneint Luise jedoch. Sie räumt zwar ein, in der Vergangenheit beispielsweise Hashtags verwendet zu haben, um die Verbreitung ihrer Fotos zu steigern, aber empfindet derartige Methoden zur Generierung von Abonnenten heute als „affig“ (PZI mit Luise, Z. 308). Fraglich ist hierbei, inwiefern der Faktor der sozialen Erwünschtheit eine Rolle spielt. Dieser Frage wird in der fallübergreifenden Analyse noch detaillierter nachgegangen werden.

Luises Profil ist, wie auch die Profile der anderen Befragten, öffentlich zugänglich. Luise hat ihr Profil öffentlich gemacht, weil sie die von ihr geteilten Fotos nicht als privat empfindet (vgl. PZI mit Luise, Z. 341ff.); unerwünschte Profilbesucher oder Abonnenten werden von ihr blockiert, weshalb sie keinerlei Bedarf verspürt, ihr Profil privat zu schalten. Dennoch gibt es für sie Grenzen bzgl. der Veröffentlichung von Fotos sowie Informationen und Daten. Insbesondere Freizügigkeit auf Instagram ist für Luise ein persönliches Tabu (vgl. PZI mit Luise, Z. 105ff.), wohingegen sie freizügige Selbstdarstellung bei anderen Personen auf Instagram nicht verurteilt:

Transkriptauszug des PZI mit Luise, 13.05.2015:

116 B: aber ich halt jetzt nichts SCHLECHtes von denen oder so,
117 (--) ich würd die jetzt nicht verabscheuen ich mein (.) mir
118 gefallen auch (.) die fotos halt das ist kein problem,
119 aber (.) ja weiß nicht da ist halt bei mir einfach ne
120 grenze.

Auch einige Daten und Informationen gehören für Luise nicht auf ihr Instagramprofil. Während sie zwar als einzige der acht Befragten ihren vollen Namen auf Instagram kenntlich gemacht hat, gibt sie an, niemals ihre Handynummer sowie Informationen bzgl. ihrer Familie preisgeben zu wollen (vgl. PZI mit Luise, Z. 407). Hier zeigt sich die Individualität der Grenzmarkierung bzgl. Privatheit auf Instagram; während Luise sich durch über 5000 Abonnenten in ihrer Privatsphäre nicht beeinträchtigt fühlt, ist dies lediglich deshalb der Fall, weil sie – basierend auf ihrer eigenen Vorstellung von Privatheit – wohlüberlegt selektiert, was geteilt- bzw. außen vor gelassen wird.

Abschließend lässt sich resümieren, dass Luise beim Posten von Fotos auf Instagram insbesondere auf Regelmäßigkeit, Qualität und Abwechslung achtet. Am liebsten teilt sie Fotos, auf denen sie selbst zu sehen ist. Ihr Publikum wird von Luise nicht als groß

wahrgenommen. Ihre Privatsphäre wahrt sie dadurch, dass sie ausschließlich Fotos sowie Informationen teilt, mit deren Veröffentlichung sie sich wohlfühlt.

4.1.2 PZI mit Barbara

Das Gespräch mit Barbara ließ sie bzgl. ihrer Instagramnutzung deutlich aus der Stichprobe hervorstechen, da sie sich auf eine ganz spezifische Art und Weise auf Instagram präsentiert und aus dieser Selbstdarstellung gleichzeitig persönliche Vorteile schöpft. Barbara ist 20 Jahre alt und hat gerade eine Ausbildung absolviert. Auf Instagram ist sie schon seit eineinhalb Jahren angemeldet, richtig aktiv ist sie jedoch erst seit einem dreiviertel Jahr. Ihre zunehmende Aktivität gründet auf ihrer Teilnahme an einem durch soziale Medien – insbesondere Facebook und Instagram – bekannt gewordenen Fitness- und Ernährungsprogramm namens *Size Zero* (vgl. PZI mit Barbara, Z. 6-9):

Transkriptauszug des PZI mit Barbara, 14.05.2015:

25 A: und wie hat dich size zero dazu motiviert instagram ähm: mehr
26 zu nutzen?
27 B: (--)
28 ich wollt eigentlich allen zeigen (.) also beziehungsweise,
29 (---)
30 zuerst hab ichs nur so zum spaß gemacht weils mir halt (.)
31 äh spaß gemacht hat das ganze essen zu fotografieren und so
32 weiter,
33 und als ich dann gemerkt hab dass ich total viele motivieren
34 kann,
35 dann hab ichs halt erst RECHT (.) richtig (.) krass gemacht
36 dass ich dann auch (.) mindestens drei bilder am tag
37 gepostet hab.

Das tägliche Teilen von Fotos auf Instagram ist sowohl für Barbara als auch ihre 32.500 Follower zu einer Art Ritual geworden; so sagt sie aus, nach einer gewissen Zeit einen regelrechten „zwang“ (PZI mit Barbara, Z. 102) zu verspüren, ein neues Foto hochzuladen. Auch ihre Abonnenten, so Barbara, werden rasch darauf aufmerksam, sobald sie länger nichts Neues geteilt hat:

Transkriptauszug des PZI mit Barbara, 14.05.2015:

111 B: dann mach ich mir eher so ein kopf was jetzt die: abonennnten
112 denken,
113 weil es halt auch mal oft war,
114 da hab ich mal ein tag nix gepostet gehabt und dann (.)
115 haben gleich (.)irgendwelche mädels mir mails geschrieben
116 (.) und haben sich sorgen gemacht.

Auch in anderen Passagen lassen sich Hinweise darauf finden, dass Barbara ihre Abonnenten wichtig sind. So sieht sie sich beim Teilen ihrer Fotos in einer Position als Motivatorin und Mentorin für eine risikofreie Gewichtsabnahme (vgl. PZI mit Barbara, Z. 134-135). Die hohe Zahl ihrer Abonnenten und die daraus resultierende „aufmerksamkeit“ (PZI mit Barbara, Z. 347) für ihr Profil motivieren Barbara wiederum, sich Mühe bei ihrer Darstellung auf Instagram zu geben (vgl. PZI mit Barbara, Z. 349-353). Allerdings merkt sie auch an, dass sie dadurch sehr viel Zeit für Instagram verwendet und sich deshalb manchmal wünscht, über kein Instagramprofil zu verfügen. Nach eigenen Angaben verbringt sie unter der Woche täglich drei bis vier Stunden, am Wochenende manchmal auch „n ganzen tag“ (PZI mit Barbara, Z. 44) auf Instagram. Während sie darauf Wert legt, dass die von ihr geteilten Fotos hell und einheitlich sind, empfindet sie das Aufnehmen von Fotos via Spiegelreflexkamera als zu zeitaufwändig und bedient sich hierfür lediglich der Digitalkamera ihres Smartphones. Zudem ist es ihr wichtig, neben ihren Mahlzeiten auch Fotos von sich selbst zu zeigen, um Abwechslung in ihren Account zu integrieren (vgl. PZI mit Barbara, Z. 120-126). Neben der üblichen Bildbearbeitung via Instagram versieht Barbara seit geraumer Zeit jedes ihrer Fotos mit einem Schriftzug ihres Nicknames. Damit möchte sie einen Wiedererkennungswert schaffen und sich selbst gleichzeitig vor dem Diebstahl ihrer Fotos schützen (vgl. PZI mit Barbara, Z. 152-157).

Angesichts ihres großen Publikums wahrt Barbara ihre Privatsphäre dahingehend, dass sie ihren Wohnort sowie ihre Adresse nicht preisgeben möchte. Fotos, welche sie als privat empfindet, teilt sie auf einem privaten Zweitaccount. Zu solchen Fotos gehören beispielsweise Fotos mit ihren Freunden (vgl. PZI mit Barbara, Z. 203). Auch Freizügigkeit ist für Barbara, wie auch für Luise, ein Tabu. Die Grenze zieht sie bei Fotos in Unterwäsche, wohingegen sie Fotos von sich im Bikini als legitim empfindet (vgl. PZI mit Barbara, Z. 481ff.). Dennoch sagt Barbara insgesamt aus, dass sie „zu viele private sachen poste[t]“ (PZI mit Barbara, Z. 441), ihren genauen Wohnort beispielsweise ungewollt durch Fotos verrät, etc. Trotz der Anbindung zu ihren Abonnenten zeichnet sich hier ein Bedürfnis nach Privatheit aus, welchem Barbara durch ein zweites Profil sowie durch die Vorenthaltung personenbezogener Daten versucht nachzukommen, es jedoch oftmals als nicht vollständig gestillt betrachtet.

Ein anderer zu erwähnender Aspekt, welcher im Laufe des Gesprächs mit Barbara zum Vorschein trat, ist die kommerzielle Nutzung ihres Instagramprofils. So publizierte Barbara kurz vor dem Interview ein eigenes kostenpflichtiges Ernährungsprogramm, welches sie gemeinsam mit zwei weiteren Personen entwickelt hat und nun auf ihrem Instagramprofil vermarktet. Neben dem Vorteil, Profit aus ihrem Programm ziehen zu können, liegt die Motivation für die Publikation eines solchen Programms für Barbara in der Wegweisung anderer zur gesunden Gewichtsreduktion. Da sie selbst laut eigenen Angaben durch die Nutzung des populären Size-Zero-Programms in eine Essstörung geraten war, möchte sie anderen zeigen, wie man gefahrlos Gewicht verlieren kann (vgl.

PZI mit Barbara, Z. 231-241). Dieses persönliche Anliegen findet sich auch auf ihren Fotos wieder; so teilte sie auf ihrem Instagramprofil Vorher-Nachher-Aufnahmen, welche die Veränderungen durch das zuerst verwendete Programm sowie die Auswirkungen ihrer Essstörung demonstrieren, um vor möglichen Risiken zu warnen (vgl. PZI mit Barbara, Z. 332-343).

Die Bindung an ihre Follower, die positiven Rückmeldungen bzgl. dessen, was sie teilt, und die Möglichkeit der kommerziellen Nutzung sind Faktoren, durch welche Instagram für Barbara eine essentielle Bedeutung in ihrem Leben erhalten hat. Beim Vergleich von Facebook und Instagram wird zudem deutlich, dass Instagram für Barbara eine Art Nische verkörpert, in der sie für die Art und Weise, wie sie sich und ihre Interessen präsentiert, anerkannt und akzeptiert wird, während dies auf Facebook zu Beginn ihres Umschwungs auf fitnessbasierte Fotos nicht der Fall war. So gibt Barbara an, zu Beginn kaum Fotos, die auf ihrem Instagramprofil zu finden waren, auch auf Facebook geteilt zu haben, da sie „niemanden nerven“ (vgl. PZI mit Barbara, Z. 264) wollte. Darüber hinaus empfanden Personen aus ihrem unmittelbaren Umfeld Barbaras fitnessbasierte Selbstdarstellung als negativ; so sagt Barbara im Interview:

Transkriptauszug des PZI mit Barbara, 14.05.2015:

278 B: ich denk weil ich in (---) äh in
279 facebook sind halt immer
280 weniger leute und (---) da die ganzen leute die hier auch
281 wohnen nicht so gut auf mich zu sprechen sind weil sie das
282 alles ein bisschen (.) scheiße finden oder lächerlich finden
283 was ich in instagram mach,
284 will ich da auch gar nicht so rumschauen weil mich die dann
285 auch nicht mehr so interessieren.

Während sie also auf Instagram Zusprüche für ihre Fotos erhielt, stieß sie im Umfeld ihrer Facebookfreunde diesbezüglich eher auf Ablehnung. Instagram kann vor diesem Hintergrund als eine Plattform der Selbstverwirklichung betrachtet werden, in welcher das Publikum sich aus denen zusammensetzt, die die dort geteilten Inhalte interessieren und von dem ausgehend entsprechende Anerkennung zu erwarten ist, welche im persönlichen Umfeld möglicherweise fehlt. Auch dieser Aspekt wird in der fallübergreifenden Analyse nochmals aufgegriffen werden. Wie wichtig Barbara die Verwirklichung ihrer Person ist, zeigt sich in den Aussagen, Instagram sei „sozusagen [ihr] zweites leben“ (PZI mit Barbara, Z. 369) und sie könne sich nicht mehr vorstellen, mit dessen Nutzung aufzuhören (vgl. PZI mit Barbara, Z. 373).

Insgesamt lässt sich zu Barbaras Selbstdarstellung auf Instagram sagen, dass sie sich insbesondere auf Fitness und Ernährung fokussiert und persönliche Erfahrungen mit ihren Followern teilt. Dabei zeigt sie themenbezogene Fotos sowie Fotos von sich und genießt das positive Feedback ihrer Abonnenten, was einer der Hauptgründe ist,

weshalb Instagram eine so gewichtige Bedeutung in ihrem Leben zukommt. Dennoch ergibt sich eine Art Zwiespalt zwischen ihrem Mitteilungsbedürfnis und ihrem Wunsch nach Privatsphäre und mehr Zeit, welche durch Instagram beansprucht werden. Seit kurzem nutzt sie ihre erfolgreiche Selbstpräsentation außerdem kommerziell, indem sie ein eigens erstelltes Ernährungsprogramm über Instagram vermarktet.

4.1.3 PZI mit Bella

Das Interview mit Bella markiert den letzten der in dieser Arbeit vorgestellten Einzelfälle. Bellas Fall ist dahingehend interessant, als dass sie mit 55.000 Followern unter den Befragten zunächst die größte virtuelle Anhängerschaft auf Instagram nachzuweisen hat. Außerdem nutzt auch sie Instagram mitunter für kommerzielle Zwecke, jedoch in einer gänzlich anderen Art und Weise als Barbara, was sich wiederum darauf auswirkt, auf welche Weise sie sich selbst auf Instagram präsentiert.

Bella ist 20 Jahre alt, hat gerade ihr Abitur abgeschlossen und nutzt Instagram seit drei Jahren. Während sie zu Beginn eher unstrukturiert Fotos teilte und Instagram hauptsächlich aufgrund seiner Filterfunktion nutzte, änderte sich dies, als sie auf andere Instagramnutzerinnen aufmerksam wurde, welche auf ihren Accounts eine ganz bestimmte Ästhetik verfolgten (vgl. PZI mit Bella, Z. 9-17). Bella nahm sich diese zum Vorbild und gewann ab diesem Zeitpunkt viele neue Abonnenten. Auf ihrem Profil finden sich vornehmlich Fotos von Bellas Zimmereinrichtung, Essen, Kosmetik sowie Fotos von ihr, auf denen sie ihre Kleidung präsentiert (vgl. PZI mit Bella, Z. 108-111). Insgesamt achtet sie dabei auf helle Fotos und hohe Bildqualität, so sagte sie im Interview, dass sie für die Aufnahme und Editierung eines Bildes ca. eine Stunde Zeit benötigt (vgl. PZI mit Bella, Z. 38f.). Darüber hinaus achtet Bella sorgfältig darauf, dass sie häufig Bilder postet und diese abwechslungsreich gestaltet sind. Sie verspürt, ähnlich wie Barbara, eine Art Druck, sobald sie keine Zeit hat, ihr Profil zu aktualisieren und erwähnt diesbezüglich die große „konkurrenz“ (PZI mit Bella, Z. 104) auf Instagram sowie die schwindenden Abonnenten bei Vernachlässigung des eigenen Instagramprofils (vgl. PZI mit Bella, Z. 98f.). In einer anderen Passage wird deutlich, wie akribisch Bella deshalb ihr Instagramprofil verwaltet, als sie davon spricht, dass man „aufpassen [muss]“ (PZI mit Bella, Z. 151-154), sein Profil nicht langweilig zu gestalten. Um dieses Wettbewerbsdenken sowie ihre Bemühtheit zu erklären, sollte an dieser Stelle nochmals angeführt werden, dass Bella ihr Profil ebenfalls regelmäßig für kommerzielle Zwecke nutzt, nämlich in Form einer Art persönlicher Werbeplattform:

Transkriptauszug des PZI mit Bella, 22.05.2015

48 B: also (.) ich bin halt bei ner werbeagentur angemeldet,
49 und immer wenns halt ne neue kampagne gibt,
50 krieg ich ne nachricht,
51 und (.) ähm: (.) da steht dann halt drin,
52 wie viele fotos ich posten muss,

53 zu welchem zeitpunkt,
54 das darf ich mir auch manchmal selbst aussuchen,
55 ähm::: und dann (.) halt welche firma das also welche marke
56 das ist,
57 ähm und worums geht also ob es ein gewinnspiel ist oder ob
58 mir was zugeschickt wird,
59 ähm: joa und dann kann ich halt dann entscheiden ob ichs
60 annehmen will oder nicht und ja.

Diese Kampagnen schränken Bella hierbei in ihrer Freiheit bzgl. des Teilens von Fotos ein, so sagt sie, dass sie manchmal Fotos postet, auf denen sie gesponserte Kleidung trägt, welche ihr persönlich jedoch nicht gefällt (vgl. PZI mit Bella, Z. 118ff.), und sich dabei „nicht so wohl“ (PZI mit Bella, Z. 122) fühlt. Ebenso räumt sie ein, sich häufig in Kleidung zu fotografieren, die sie „so nicht draußen anziehen“ würde, weil sie ihr „zu schick“ sei (PZI mit Bella, Z. 168-171). Die von Bella geteilten Fotos und ihre Motive sind insgesamt weniger persönlicher Natur und zielen hauptsächlich auf Ästhetik und Bildqualität ab, dennoch fühlt sich Bella zum Großteil durch ihren Account in ihren Vorlieben vorwiegend repräsentiert (vgl. PZI mit Bella, Z. 176f.). Als privat empfundene Fotos teilt Bella auf ihrem geschlossenen Zweitaccount oder auf ihrer Facebookseite (vgl. PZI mit Bella, Z. 243); hierzu zählen für sie insbesondere Fotos mit der Familie. Auch ihre Persönlichkeit spiegelt sich laut eigener Aussagen auf ihrer Facebookseite stärker wider:

Transkriptauszug des PZI mit Bella, 22.05.2015

290 B: weil ähm (-) ich dort eher mal (--) mit freunden halt was
291 öffentlich poste,
292 und ich denk dort würde man mehr über meine persönlichkeit
293 erfahren.
294 instagram ist halt schon (.) eher ein konzept also; (--)
295 mein instagram ist halt schon (-) ne werbeplattform wenn
296 mans so nehmen kann also nicht NUR (-) zum teil halt.

Dies bestätigt nochmals die zuvor erwähnten Befunde bzgl. der eher geringen Menge an persönlichen Inhalten auf Bellas öffentlichem Instagramprofil. Im Vergleich zu Facebook empfindet sie auf Instagram trotz des bedeutend größeren Publikums eine stärkere Anonymität, was sie damit begründet, dass keinerlei personenbezogene Informationen und Daten auf Instagram geteilt werden müssen (vgl. PZI mit Bella, Z. 259-262). Bella empfindet besonders Daten wie den vollständigen Namen, das Geburtsdatum, die besuchte Schule, etc. als äußerst privat, weshalb sie selbige nicht auf Instagram öffentlich machen möchte (vgl. PZI mit Bella, Z. 483-495). Angesichts dieser Möglichkeiten der individuellen Grenzziehung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit,

welche sich aus dem subjektiven Empfinden heraus ergibt, bewertet Bella die Möglichkeit, sich vor einem großen Publikum zu präsentieren, als positiv, nennt diesen Aspekt hierbei sogar als einen der Attribute, die Instagram auszeichnen (vgl. PZI mit Bella, Z. 257f.) und begründet ihre Aussage damit, dass man durch das Potential eines großen Publikums seinen Bekanntheitsgrad steigern kann (vgl. PZI mit Bella, Z. 269f.). Der Größe ihres Publikums steht Bella zwiespältig gegenüber: während sie das große Interesse an ihrem Profil „schmeichelhaft“ (PZI mit Bella, Z. 354) findet, empfindet sie die Vorstellung der Größe ihres Publikums als schwierig. Dies wird insbesondere in der folgenden Passage deutlich:

Transkriptauszug des PZI mit Bella, 22.05.2015

301 B: hm das ist schon schwierig sich das manchmal vorzustellen,
302 weil (-) wenn man das zum beispiel mal vergleicht,
303 das ist so viel vielleicht (.) wie in die es a pe arena
304 passen aber vielleicht auch mehr,
305 A: es ist ungefähr ein siebtel von mannheim.
306 B: oha,
307 <<schmunzelnd> ok.>
308 ja das ist schon (--) heftig sich das vorzustellen ähm,

Neben der Größe des Publikums stellt dessen Komposition aus Personen verschiedener Nationen für Bella ein Kriterium dar, an welches sie den Grad ihrer Selbstoffenbarung anpasst. So räumt sie ein, aus Angst vor versteckter Verspottung in Form von fremdsprachlichen Kommentaren das Maß ihrer Selbstdarstellung zu begrenzen (vgl. PZI mit Bella, Z. 322-337).

Zusammenfassend lässt sich aus dem Gespräch mit Bella entnehmen, dass sie mit einem gewöhnlichen Instagramprofil begonnen und mit dem Umschwung auf einheitliche, helle Spiegelreflexfotos einen großen Zuwachs an Abonnenten verzeichnen konnte. Die Beliebtheit von Bellas Fotos eröffneten ihr die Möglichkeit, ihre Selbstdarstellung mittels Kooperationen mit Firmen als Einkommensquelle zu nutzen, gleichzeitig schränken selbige sie z. T. ein, was ihre Freiheit bei der Motivwahl und dem Zeitpunkt des Hochladens eines Fotos betrifft. Fotos, die Bella als persönlich empfindet, teilt sie lieber auf einem geschlossenen Instagramaccount oder Facebook. Ihr großes Publikum nimmt Bella als bestätigend wahr und ist sich gleichzeitig seiner Unüberschaubarkeit bewusst, was sie zu einem sorgsamem Umgang mit privaten Informationen verleitet.

Nachdem nun drei Fälle gesondert betrachtet wurden, gilt es, diese sowie die anderen fünf erhobenen Fälle in Bezug zueinander zu setzen und vergleichend zu analysieren, um allgemeine Tendenzen sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Befragten zu ermitteln. Dies geschieht im nachfolgenden Kapitel.

4.2 Fallübergreifende Analyse

Die fallübergreifende Analyse verkörpert nach der Einzelfallanalyse den zweiten und finalen Schritt der Datenauswertung. Im Folgenden werden die Kernbefunde vorgestellt, welche sich bei der Sichtung und Kodierung des Materials herauskristallisiert haben und zur Beantwortung der Forschungsfrage dieser Arbeit führen. Verständnishaft sei an dieser Stelle nochmals die Forschungsfrage anzuführen:

Wie nutzen junge Frauen mit einer hohen Zahl von Abonnenten die Photo-Sharing-App Instagram zur Selbstdarstellung?

Zuerst soll betrachtet werden, was im Zuge der Selbstdarstellung überhaupt auf Instagram geteilt wird und von welcher Beschaffenheit die geteilten Inhalte sind. Im Anschluss daran wird auf die Rolle des Publikums bei der Selbstdarstellung der jungen Frauen auf Instagram eingegangen. Vor diesem Hintergrund ist es dann von Wichtigkeit, zu zeigen, wo die Grenzen der Selbstdarstellung liegen.

4.2.1 Die Selbstdarstellung

Der erste Schritt zur Beantwortung der Forschungsfrage erfordert zunächst die Betrachtung dessen, was die jungen Frauen überhaupt auf Instagram teilen und wie sie dies tun.

4.2.1.1 Organisation nach Themen

Während der vergleichenden Betrachtung aller in den Interviews getroffenen Aussagen konnte festgestellt werden, dass die Instagramprofile der acht Befragten allesamt nach bestimmten Themen organisiert sind. Innerhalb der Stichprobe ließen sich drei Themenstränge ermitteln, denen die Profile der jungen Frauen zugeordnet werden konnten.

Einer dieser Themenstränge bezieht sich auf Fitness und Ernährung. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass hauptsächlich Fotos gesunder Mahlzeiten und andere themenbezogene Fotos wie Vorher-Nachher-Fotos, die den Trainingserfolg demonstrieren sollen, geteilt werden. So ordnet etwa Elena ihr Profil diesem Themenbereich zu (vgl. PZI mit Elena, Z. 45). Auch Barbara, wie in der Einzelfallanalyse deutlich wurde, sowie Katharina unterhalten jeweils Profile, welche die Aspekte Fitness und Ernährung thematisieren. Ein weiteres Kennzeichen, welches dieser Sparte zuzuordnen ist, ist die rege Verwendung der textbasierten Selbstdarstellung auf Instagram mithilfe der Kommentarfunktion. So hob insbesondere Katharina hervor, die Kommentarfunktion als sehr wichtig zu betrachten und unter den von ihr geteilten Fotos stets ein wenig von ihrem eigenen Leben zu berichten (vgl. PZI mit Katharina, Z. 449-460). Auch Barbara berichtet davon, auf Instagram von ihren Erfahrungen mit Fitnessprogrammen erzählt zu haben (vgl. PZI mit Barbara, Z. 451-458). Dieser Sachverhalt konnte bei den übrigen

fünf Profilen nicht festgestellt werden. Der Grund liegt möglicherweise in der Wichtigkeit des Erfahrungsaustauschs und der gegenseitigen Motivation, welche innerhalb der Fitness- und Ernährungscommunity groß sind. Zu entnehmen war dieser Sachverhalt bereits aus der Einzelfallanalyse Barbaras.

Der zweite erkennbare Themenstrang umfasst vornehmlich die fotografische Darstellung von Objekten, die sich im Besitz der jeweiligen Profilinhaberinnen befinden. Eine diesbezüglich nähere Erläuterung findet sich in folgendem Auszug aus dem Gespräch mit Sabrina:

Transkriptionsauszug des PZI mit Sabrina, 12.05.2015:

- 61 A: wie sehen deine anderen fotos aus? wir hatten es ja gerade
62 von deinem letzten foto,
63 und wie sind so deine anderen fotos auf deinem profil?
64 B: ähm, meistens eher so lifestyle bilder, so, so was ich so
65 unternehm.
66 A: sieht man da eher so dich,
67 oder objekte?
68 oder freunde?
69 B: meistens eher objekte auf meinem instagram.
70 A: ähm woran liegt das?
71 macht es dir mehr spaß objekte zu fotografieren und sie
72 darzustellen?
73 B: äh, ja das macht mir eigentlich ganz gut spaß um den anderen
74 also meinen ganzen followern so zu zeigen,
75 ähm, welche dinge ich halt mag, was mir gefällt, welche
76 produkte ich zum beispiel benutze und sowas;
77 finde ich eigentlich ganz interessant.

Sabrina demonstriert durch die Präsentation ihrer Besitztümer ihren Lebensstil auf Instagram. Auch Bella gibt, wie in der Einzelfallanalyse bereits deutlich wurde, an, bevorzugt Objekte aus den Bereichen Mode, Interieur und Kosmetik zu Motiven ihrer Instagramfotos zu machen.

Beide äußern sich zudem tendenziell negativ gegenüber digitalen Selbstporträts bzw. Selfies auf Instagram. So gibt Sabrina an, Fotos, die sie selbst zeigen, weniger zu mögen als Fotos, welche Objekte zeigen, obwohl erstere für gewöhnlich mehr positive Resonanzen erhalten würden (vgl. PZI mit Sabrina, Z. 148-152). Bella übt hingegen allgemeine Kritik an Profilen, die vorwiegend Selfies zum Motiv haben und bewertet sie als eintönig (vgl. PZI mit Bella, Z. 155-160). Hier erfolgt die Selbstdarstellung nicht in Form der Präsentation des eigenen Erscheinungsbilds, vielmehr stellen sich die beiden jungen Frauen mithilfe ihrer materiellen Errungenschaften dar und

kommunizieren mit ihnen gleichzeitig ihre Interessen für Mode, Kosmetik, Einrichtung, etc. Diese implizite Form der Selbstdarstellung ist auch in der Literatur geläufig. Bouvier (2012) macht fest, dass die Demonstration von Konsumgütern, die den eigenen Lifestyle repräsentieren sollen, eine häufige Form der Selbstdarstellung ist.

Die übrigen drei Profile eint die Gemeinsamkeit, dass auf ihnen vorwiegend Fotos geteilt werden, die die jeweiligen Profilinhaberinnen allein oder mit ihren Freunden zeigen. Eines dieser Profile ist jenes von Lea:

Transkriptauszug des PZI mit Lea, 12.05.2015:

70 A: wenn man so deine anderen fotos anschaut oder allgemein
71 deinen account ähm (--) was würde man da sagen welche
72 art von (.) fotos postest du am liebsten?
73 B: ja da würd man wahrscheinlich <<schmunzelnd> schon
74 denken dass ich so viel bilder von mir post> aber (.)
75 irgendwie (--) ich mach halt dann schon halt immer
76 fotos und bearbeit die und so,
77 und des mach ich dann halt meistens nur von personen und
78 nicht von irgendwelchen anderen sachen.

Auch Jette teilt überwiegend Fotos, auf denen sie allein oder gemeinsam mit anderen Personen zu sehen ist (vgl. PZI mit Jette, Z. 142ff.). Diese Form stellt die klassischste Form der virtuellen Selbstdarstellung dar und ist in dieser Form besonders auf Facebook geläufig (Mendelsson & Papacharissi, 2010). Die geteilten Fotos sind zum Teil spontane Aufnahmen; ein wesentlicher Anteil besteht zudem aus Fotos, die Jette als „shootingbilder“ (PZI mit Jette, Z. 143) bezeichnet. Damit sind Fotos gemeint, die im nicht-professionellen Rahmen mithilfe einer Spiegelreflexkamera aufgenommen, aber professionellen Fotoshootings nachempfunden werden. Auch Luise sagt aus, selbige Art von Aufnahmen zu erstellen, wofür sie sich gelegentlich für ein paar Stunden mit einer Freundin trifft, um diese anschließend auf Instagram zu teilen, wie bereits in der Einzelfallanalyse erwähnt wurde. Auch in der Literatur findet sich selbige Orientierung an professionellen fotografischen Vorbildern bei der laienhaften Aufnahme von Fotos zum Zwecke der virtuellen Selbstdarstellung (Neumann-Braun & Astheimer, 2010).

4.2.1.2 Ästhetische Bedürfnisse

Neben den eben genannten spezifischen Eigenschaften, die die drei verschiedenen Themenstränge aufweisen, konnten bzgl. des Verhaltens der jungen Frauen beim Teilen von Fotos spartenübergreifende Gemeinsamkeiten festgestellt werden. So sind für jede der Befragten beim Posten von Fotos auf Instagram insbesondere ästhetische Bedürfnisse ausschlaggebend:

Transkriptauszug des PZI mit Barbara, 14.05.2015:

120 B: also mir ist immer wichtig dass ähm (.) alles zusammenpass
121 und halt eher hell ist,

Barbaras Äußerung repräsentiert den Kollektivwunsch, der sich bei beinahe allen Befragten wiederfindet. Die Einheitlichkeit kann sich hierbei sowohl auf die Motiv- als auch die Farbwahl beziehen. So merkt Bella etwa an, dass eine Konstanz bzgl. der Art der Motive beim Publikum besser ankommt (vgl. PZI mit Bella, Z. 389f.). Lea und Jette kommen dem Einheitlichkeitsbedürfnis nach, indem sie vorwiegend jeweils denselben Filter verwenden (vgl. PZI mit Lea, Z. 88f. und PZI mit Jette, Z. 150ff.). Insgesamt gaben alle der acht Teilnehmerinnen an, ihre Fotos mit Instagram oder anderen Anwendungen zu bearbeiten.

Neben der Einheitlichkeit ist besonders die Qualität der Fotos für die meisten der jungen Frauen von entscheidender Wichtigkeit; so gibt die Hälfte der Befragten an, teilweise bis ausschließlich Fotos zu teilen, welche mit einer Spiegelreflexkamera aufgenommen wurden. Dieser Wunsch nach einer ästhetischen Gesamterscheinung des Instagramprofils lässt sich mithilfe von Goffmans Theorie (1959) erklären, deren Kernaussage darin besteht, dass Personen sich selbst auf eine besondere Art und Weise präsentieren, um einen bestimmten Eindruck beim Publikum zu erzeugen; in den üblichen Fällen soll dieser Eindruck ein positiver sein. Da das Instagramprofil eine den Profilihaver repräsentierende Plattform verkörpert, ist es diesbezüglich einleuchtend, dass versucht wird, es möglichst optimal auszugestalten. Ein zusätzliches Motiv zeigt sich bei der Betrachtung der Aussagen bzgl. der Dispositionen für einen Zuwachs an Popularität auf Instagram. Alle Befragten verfügen hierbei über eine Vorstellung darüber, welche Faktoren beim Teilen von Fotos wichtig sind, um ein populäres Profil, d. h. viele Likes und Abonnenten, zu etablieren. Diese decken sich zu einem Großteil mit bereits oben genannten Faktoren, die die Befragten beim Teilen ihrer Fotos zu beachten versuchen:

Transkriptionsauszug des PZI mit Bella, 22.05.2015:

386 B: hm also das wichtigste ist auf jeden fall dass die bilder
387 ne gute qualität haben;
388 dass ähm:,
389 dass auch (.) dass das gesamtbild der galerie halt
390 zusammenpasst,
391 (xx xx xx)
392 und (.) ja äh dass das ganze in sich stimmig wirkt,

Es lässt sich an dieser Stelle vermuten, dass das wahrgenommene Potential von Qualität und Stimmigkeit für die Steigerung der Popularität eines Instagramprofils ebenfalls ein

Motiv für die Wichtigkeit des Teilens qualitativ hochwertiger sowie miteinander harmonisierender Fotos darstellt. Man könnte hieraus schlussfolgern, dass die Befragten den Erfolg beim Einhalten dieser Rahmenbedingungen bei sich selbst beobachtet haben und diese deshalb als Erfolgskonditionen für ein populäres Profil anführen oder ihre Schlussfolgerungen aus ihrem eigenen Verhalten als Abonnenten anderer Profile ziehen. Ein Anhaltspunkt eröffnet sich etwa in folgender Aussage von Jette, in der sie beschreibt, welche Faktoren sie dazu bewegen, andere Profile zu abonnieren:

Transkriptauszug des PZI mit Jette, XX.05.2015:

225 B: hm:,
226 also meistens so weil das inspirationen sind,
227 weil ich die bilder mega schön finde und mir einfach (.)
228 gerne die bilder auch anschau,
229 und die auch sehr professionell gemacht sind,

Neben Jette gibt ein Großteil der Befragten an, andere Profile aufgrund der Ästhetik ihrer Fotos zu abonnieren. Abonnieren sie selbst also Profile, weil deren Fotos bestimmten ästhetischen Kriterien nachkommen, so könnte vermutet werden, dass sie diesen Kriterien umgekehrt ebenfalls nachzukommen versuchen, da sie selbige als gewinnbringend einstufen. Orientiert man sich erneut an Goffman, so scheint es schlüssig, dass die Befragten bei der Selbstdarstellung die Konditionen, die sie selbst als erfolgsbringend einstufen, selbst versuchen umzusetzen, um die Selbstdarstellung so vorteilhaft wie möglich zu gestalten.

4.2.2 Einflussfaktoren des Publikums auf die Selbstdarstellung

Das vorherige Kapitel gab Aufschluss darüber, wie die jungen Frauen ihre Instagramprofile organisieren und welche Kriterien sie dabei für wichtig erachten. In diesem Kapitel gilt es nun zu ermitteln, welche Stellung dem Publikum hierbei zukommt. Dabei ist nicht nur die Größe des Publikums von Bedeutung, auch andere Charakteristika, die das Publikum in seiner Beschaffenheit kennzeichnen, üben Einfluss auf die Art und Weise, wie die Selbstdarstellung der jungen Frauen auf Instagram vollzogen wird. Bevor der Einfluss der Publikumsgröße thematisiert wird, werden zunächst zwei weitere charakteristische Merkmale des Publikums sowie ihre Auswirkungen auf die Selbstdarstellung präsentiert. Zum Schluss wird das bereits in der Einzelfallanalyse erwähnte kommerzielle Potential ausgeführt, welches in einem starken Zusammenhang mit der Größe des Publikums steht.

4.2.2.1 Die Unbekanntheit

Das Publikum auf Instagram besteht bei allen der acht befragten jungen Frauen hauptsächlich aus ihnen unbekannt Personen. Während die Befragten zwischen 1226

und 55.000 Abonnenten auf ihren Instagramprofilen aufweisen können, geben allesamt an, lediglich eine zwei- bis dreistellige Zahl dieser Abonnenten persönlich zu kennen. Bei der Betrachtung der Interviews wird deutlich, dass die jungen Frauen diesen Sachverhalt in Bezug auf ihre Selbstdarstellung als angenehm empfinden. Dies rührt insbesondere aus einem dadurch wahrgenommenem Gefühl von Anonymität, wie sich in folgendem Beispiel zeigt:

Transkriptionsauszug des PZI mit Sabrina, 12.05.2015:

191 B: hm, (-) vielleicht daran dass man auf instagram irgendwie (-)
192 nicht so (1Sek.) hm:,
193 so so direkt unter dem bekanntenkreis ist sondern auch n
194 bissl (.) annoNYmer oder die hemmschwelle einfach weniger
195 groß ist.

Auch einige andere erwähnten die geringeren Hemmungen, die mit dem Anonymitätsempfinden bei der Selbstdarstellung vor vorwiegend fremden Personen einhergehen. Was genau mit der Hemmungslosigkeit gemeint ist, zeigt sich am besten in folgender Aussage von Barbara:

Transkriptauszug des PZI mit Barbara, 14.05.2015:

278 B: ich denk weil ich in (---) äh in facebook sind halt immer
279 weniger leute und (---) da die ganzen leute die hier auch
280 wohnen nicht so gut auf mich zu sprechen sind weil sie das
281 alles ein bisschen (.) scheiße finden oder lächerlich finden
282 was ich in instagram mach,

Weiterhin wollte Barbara laut eigener Angaben zu Beginn nichts auf Facebook posten, um ihre Facebookfreunde nicht zu stören, wie bereits in der Einzelfallanalyse erwähnt wurde. Auch Barbara empfindet auf Instagram also weniger Hemmungen, sich selbst nach eigenem Bestreben zu entfalten, ohne auf Verurteilung des persönlichen Umfelds zu stoßen.

Eine Erklärung findet sich, wenn die Ursachen für Abonnements auf Instagram betrachtet werden. Wie bereits in Kapitel 2.4.1 erwähnt wurde, sagten die meisten aus, Profile von Personen zu abonnieren, deren fotografische Ästhetik sie ansprechend finden. Umgekehrt kann vermutet werden, dass die Abonnenten der jungen Frauen ebenfalls aus Personen bestehen, die die von ihnen geteilten Instagramfotos ansprechend finden und sich in positivem Sinne für selbige interessieren. Die Zuwendung zu einem wohlwollenden Publikum ist laut Goffmans Theorie (1959) plausibel, da dieses die Wahrscheinlichkeit einer gelungenen Selbstdarstellung erhöht.

4.2.2.2 Das Alter

Ein weiteres Kriterium, welches das Publikum auf Instagram kennzeichnet und die Selbstdarstellung vor selbigem beeinflusst, ist das Alter seiner Mitglieder. Die Hälfte der Befragten erwähnte diesen Aspekt innerhalb der Interviews. So äußert Jette die Beobachtung, hauptsächlich von jüngeren Personen abonniert zu werden (vgl. PZI mit Jette, Z. 56). Auch Bellas Account wird laut eigener Aussagen vornehmlich von „teenager mädels“ (PZI mit Bella, Z. 346) abonniert. Tatsächlich besteht Instagram, wie in Kapitel 2.3.4 bereits erwähnt wurde, vorwiegend aus jungen Nutzern, während Facebook gegenwärtig immer mehr Nutzer älterer Generationen dazugewinnt. Das Alter des Publikums fördert, wie bereits seine Zusammensetzung aus vorwiegend fremden Personen (vgl. Kapitel 4.2.2.1), ebenfalls die Hemmungslosigkeit beim Teilen von Fotos. Sabrina erwähnt selbigen Begriff im Zusammenhang mit dem Alter des Publikums (vgl. PZI mit Sabrina, Z. 194). Demnach empfindet sie beim Teilen von Fotos auf Instagram ein „wohligeres Gefühl“ (PZI mit Sabrina, Z. 219), da insbesondere die eigenen Eltern, anders als beispielsweise auf Facebook, über kein Instagramprofil verfügen. Sabrinas Aussage deckt sich hierbei mit den in Kapitel 2.3.4 vorgestellten Befunden der Studie von West et al. (2009), in der die Abwesenheit älterer Menschen auf Facebook eine freiere Selbstdarstellung der adoleszenten Nutzer sozialer Netzwerke fördert. Generell vereinfacht die Homogenität eines Publikums die Selbstdarstellung. Ein heterogenes Publikum, welches etwa aus jüngeren sowie älteren Personen zugleich besteht, erschwert die simultane Erfüllung der Erwartungen aller Publikumsmitglieder und mindert die Wahrscheinlichkeit einer gelungenen Selbstdarstellung (Rui & Stefanone, 2012). Eine Zuwendung zu einem altersbedingt homogenen Publikum erscheint daher nachvollziehbar.

4.2.2.3 Die Größe

Die Größe des Publikums stellt keinen Befund dieser Arbeit dar, da sie bereits im Vorfeld als Kriterium für die Auswahl des Samples miteinbezogen wurde und Teil der Forschungsfrage darstellt. Im Folgenden soll jedoch betrachtet werden, welchen Einfluss die Größe des Instagrampublikums auf die Selbstdarstellung der jungen Frauen ausübt.

Wie bereits in Kapitel 4.2.1 erwähnt wurde, lässt sich ein großes Instagrampublikum als Indikator für eine erfolgreiche Selbstdarstellung betrachten, da Abonnements eines Instagramprofils vorwiegend aus Gründen der Sympathie mit den darauf geteilten Inhalten eingegangen werden. Dementsprechend ist es nicht überraschend, dass ein Großteil der Befragten die eigene hohe Abonnentenzahl als positiv empfindet. So bezeichnet Katharina es als „cool“ (PZI mit Katharina, Z. 396), dass ihr viele Personen auf Instagram folgen, Barbara zeigt sich diesbezüglich „stolz“ (PZI mit Barbara, Z. 312), während Bella sich geschmeichelt fühlt (vgl. PZI mit Bella, Z. 354). Für Sabrina

stellt das große Publikum sogar einen Hauptgrund dar, weshalb sie Instagram gegenüber Facebook für das Teilen von Fotos bevorzugt.

Die erfolgreiche Selbstdarstellung erschließt sich mit Blick auf die Zahl der Abonnenten jedoch nicht nur dem sich Darstellenden selbst, sondern demonstriert darüber hinaus auch allen anderen dessen Gelingen. Somit wird die Publikumszahl auf Instagram selbst zum Objekt der Selbstdarstellung, was ihren Anstieg zusätzlich attraktiv macht.

So scheint es einleuchtend, dass neben der Bemühung um eine attraktive Erscheinung des eigenen Instagramprofils (vgl. Kapitel 4.2.1) auch andere Maßnahmen ergriffen werden, die die Publikumszahl und damit die eigene Popularität auf Instagram ankurbeln sollen. Zu solchen Maßnahmen gehört das Setzen von Hashtags, das Shoutout-Verfahren und das Follow-For-Follow-Prinzip, welche in Kapitel 3.6 bereits erläutert wurden. Darüber hinaus existieren auch andere Taktiken, die eben genannten zählen jedoch zu den geläufigsten ihrer Art. Die Hälfte der Befragten bekennt sich zur Nutzung von Shoutouts zwecks Steigerung ihrer Abonnentenzahlen. Luise und Barbara räumen ein, zu Beginn ihrer Instagramnutzung Hashtags verwendet zu haben, dies jedoch gegenwärtig nicht mehr zu tun. Lea sagt aus, Fotos anderer Personen zu liken, um Aufmerksamkeit auf ihr Profil zu lenken (vgl. PZI mit Lea, Z. 248-255). Darüber hinaus bedienen sich die Befragten jedoch laut eigener Angaben keinerlei Taktiken zur Maximierung ihrer Abonnentenzahlen. Ob diese Angaben der Wahrheit entsprechen, konnte nicht überprüft werden. Jedoch sollte an dieser Stelle erwähnt werden, dass diese Art der Abonentengenerierung innerhalb der Stichprobe z. T. als verpönt gilt. Dies wird etwa in folgendem Absatz deutlich:

Transkriptauszug des PZI mit Bella, 22.05.2015:

413 B: ich bin generell GEgen shoutouts,
414 ich mach auch keine,
415 ich post auch diese komischen hashtags nicht,
416 weil ich (.) finds einfach unnötig;

Einige dieser Taktiken werden darüber hinaus noch als „schwachsinnig“ (vgl. PZI mit Jette, Z. 446), „unnötig“ (vgl. PZI mit Bella, Z. 416) sowie „affig“ (vgl. PZI mit Luise, Z. 308) betitelt. Innerhalb der Interviews konnte hierfür keine explizite Erklärung gefunden werden, jedoch lässt sich vermuten, dass eine solche Form der Generierung von Abonnenten kritisiert wird, da der daraus resultierende Abonnentenzuwachs nicht mehr der alleinigen vorteilhaften Selbstdarstellung, sondern zu einem großen Teil einer aktiven Selbstvermarktung zugesprochen werden kann. Ein leiser Anhaltspunkt dazu findet sich in folgender Aussage von Katharina:

Transkriptauszug des PZI mit Katharina, 11.05.2015:

397 B: also es gibt ja viele die

398 sagen (.) oh ich hab tausendfünfhundert ich bin jetzt
399 was besseres als ihr oder ich hab zehntausend oder dann
400 alles mögliche tun um (.) JA ne größtmögliche zahl da
401 draufstehen zu haben,

Obwohl die Zahl der Abonnenten einen durchaus wichtigen Faktor im Prozess der Selbstdarstellung verkörpert, scheint es vielen Personen schwer zu fallen, sich dazu zu bekennen. So behauptet die Hälfte der Befragten, gegenüber der Zahl ihrer Abonnenten Gleichgültigkeit zu empfinden:

Transkriptauszug des PZI mit Elena, 12.05.2015:

187 B: also ich nehm das nicht so wichtig,
188 also ich könnt das auch vom einen auf den anderen tag
189 löschen das wär mir ziemlich egal.

Auch Jette äußert sich dazu ähnlich wie Elena und wäre laut eigener Aussagen „nicht traurig . . . wenn die alle [Abonnenten] weg wären“ (PZI mit Jette, Z. 376f.). Sabrina, welche sich zuvor positiv gegenüber ihrem großen Instagrampublikum geäußert hat, fügte hinzu, ihre Abonnentenzahl tendenziell dennoch als „weniger wichtig“ (PZI mit Sabrina, Z. 248) zu empfinden.

Jedoch muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass Jette und Elena gleichzeitig einräumen, sich aufgrund der vielen Abonnenten mehr Mühe bei der Pflege ihrer Profile zu geben (vgl. PZI mit Jette, Z. 381-389 und PZI mit Elena, Z. 203f.). Jette erwähnte darüber hinaus sogar, eine Danksagung an ihre Abonnenten in ihre Profilinformatio n eingefügt zu haben (vgl. PZI mit Jette, Z. 317), was nicht auf Gleichgültigkeit gegenüber dem Publikum schließen lässt. Die Diskrepanzen, die sich bei der Gegenüberstellung dieser Aussagen zeigen, geben Anlass zur Überlegung, welche Rolle hierbei die soziale Erwünschtheit spielt. Berechtigt wird der Zweifel an der völligen Gleichgültigkeit gegenüber der Zahl der Instagramabonnenten, wenn man Sabrinas folgende Aussage betrachtet:

Transkriptauszug des PZI mit Sabrina vom 12.05.2015:

241 B: aber (.) ich werd halt paarmal schon öfters mal drauf
242 angesprochen aber da fühl ich mich ziemlich unwohl (.) um
243 ehrlich zu sein.
244 weil (.) irgendwie (.) kommt mir vor als wär ich so ein (.)
245 wie soll ich sagen so ein MÖCHtegern,
246 der sich irgendwie ganz besonders fühlt mit vielen followern
247 aber das ist mir (.) ja,
248 eigentlich eher weniger wichtig.

Sabrina möchte demnach nicht als jemand wahrgenommen werden, der der Zahl seiner Abonnenten eine größere Bedeutung zuweist. Anhand ihrer Aussage zeigt sich, dass eine zu hohe Bedeutungszuweisung bzgl. der Größe der eigenen Anhängerschaft auf Instagram als verwerflich betrachtet wird. Man könnte hier also spekulieren, dass dies möglicherweise Einfluss auf Sabrinas Aussage sowie die der anderen bzgl. ihrer Abonnenten hat.

4.2.2.4 Das kommerzielle Potential

Zuletzt sei noch das kommerzielle Potential zu erwähnen, welches mit populären Profilen, also Profilen mit vielen Abonnenten, einhergeht. Dieses Kapitel könnte ebenfalls als Subkapitel des vorangegangenen Kapitels betrachtet werden, da das kommerzielle Potential des Publikums weitestgehend von dessen Größe bedingt wird. Es stellt jedoch einen herausragenden Aspekt dar, welcher in Form eines eigenen Kapitels sorgfältiger betrachtet werden kann.

Die häufigste Methode, welcher sich private Personen im Rahmen der kommerziellen Nutzung ihrer Instagramprofile bedienen, sind Kooperationen mit Unternehmen. Fünf der acht jungen Frauen gaben in den Interviews an, bereits Kooperationen via Instagram eingegangen zu sein, zwei weitere Befragte äußerten selbiges außerhalb der Interviews. Wie diese Kooperationen funktionieren, erklärt Jette in folgendem Ausschnitt:

Transkriptauszug des PZI mit Jette, 12.05.2015:

461 B: ja was auch immer ganz gut ist eigentlich ist so promotion,
462 also dass man mit firmen oder marken eben (-) äh ne
463 promotion eingeht und dann (.) halt auch bilder von den
464 produkten postet (.) und so diese cooperation hat dass man
465 gegenseitig bilder postet und so kommen leute auch aufs
466 profil.

467 A: ok (.) wie oft hattest du schon solche (x) cooperations?

468 B: ähm: (---) ich glaub das war drei mal oder so?

469 also einmal mit so einer haarfirma: also die haben so
470 haargummis,

471 dann mit cream six (.) berlin,

472 also die haben tshirts und generell klamotten,

473 (--)

474 und: ähm momentan bin ich bei: happiness boutique,

475 also die: verkaufen schmuck,

476 und die haben mich jetzt auch angeschrieben,

477 ob ich bei denen eben,

478 also ob ich die promoten möchte auf instagram.

Die Kooperationen mit Unternehmen werden hierbei als erstrebenswert bewertet. Jette sagt aus, sich nach Anfrage einer Firma „geehrt“ zu fühlen, da diese ein Zeichen für sie ist, dass ihr Profil als „ansprechend“ betrachtet wird (PZI mit Jette, Z. 481ff.). Auch Katharina äußert sich zur kommerziellen Nutzung von Instagram:

Transkriptauszug des PZI mit Katharina vom 11.05.2015:

339 B: ganz ehrlich glaub ich dass es durch diese
340 (--) sponsoring (-) leute hochgeht,
341 also je mehr follower du hast,
342 desto (.) mehr kriegst du halt von irgendwelchen firmen
343 angeboten,
344 hey kannst du DAS testen kannst du DAS testen,
345 und ich glaub das ist der hauptgrund warum viele das
346 auch machen.

Dem Publikum auf Instagram wird also eine weitere Funktion zugeordnet: mit Zunahme der Publikumsgröße eröffnet sich den Profilinhabern nämlich die Möglichkeit, ihr Profil als „werbeplattform“ (PZI mit Bella, Z. 295) zu gebrauchen. Bellas Fall, welcher in der Einzelfallanalyse eingehend betrachtet wurde, stellt hierbei ein ideales Beispiel dar (vgl. Kapitel 4.1.3). Der Selbstdarstellung auf Instagram können also auch profitorientierte Motive vorausgehen.

4.2.3 Grenzen der Selbstdarstellung

In einem finalen Schritt sollen nun die Grenzen der Selbstdarstellung ermittelt werden. Um ein Verständnis für die Grenzziehung zwischen Öffentlichem und Privatem ziehen zu können, gilt es zunächst die Gründe zu ermitteln, unter welchen Umständen Öffentlichkeit der Profile überhaupt besteht. Anschließend soll geklärt werden, was unter privaten Inhalten, d. h. Fotos und Daten, verstanden wird. Zum Schluss des Kapitels wird eine andere Form der Grenzziehung betrachtet, nämlich jene der zukunftsbedingten Nutzungsgrenze Instagrams.

4.2.3.1 Gründe der öffentlichen Selbstdarstellung

Zunächst lässt sich erwähnen, dass die Instagramprofile aller acht jungen Frauen öffentlich sind, d. h., dass jeder, der ihre jeweiligen Profile besucht, Zugang zu allen darauf geteilten Inhalten hat. Die Befragten begründeten die Entscheidung für ein öffentliches Profil sehr unterschiedlich; der am häufigsten genannte Grund war jedoch, dass die auf Instagram geteilten Fotos nicht als privat empfunden werden. So sagt Luise:

Transkriptauszug des PZI mit Luise, 12.05.2015:

341 B: meine bilder sind jetzt auch nicht irgendwie so krass
342 privat: dass ich jetzt sagen würde ja ok das dürfen NUR
343 bestimmte leute sehen;

Sabrina äußert sich dazu ähnlich wie Luise und nennt dabei einen Unterschied zwischen Fotos, die „jeden interessieren könnten“ und Fotos, die „die meisten gar nix an[gehen]“ (PZI mit Sabrina, Z. 309ff.). Hier wird deutlich, dass Selbstdarstellung vor einem fremden Publikum nicht nur in dem Sinne selektiv vonstattengeht, dass viel Wert auf Ästhetik gelegt wird (siehe Kapitel 4.2.1), sondern, dass die Definition von Öffentlichem und Privatem ebenfalls einen entscheidenden Einfluss darauf ausübt, was vor Publikum gezeigt wird und was nicht. Demnach gaben alle der Befragten an, nichts, was als privat empfunden wird, auf Instagram zu teilen. Der Begriff des Empfindens impliziert wiederum die Subjektivität des Begriffs der Privatsphäre. Auch in der Literatur wird der private Raum als ein je nach Individuum variierender Bereich bezeichnet (Schwietrig, 2009, S. 264). Die Bereitschaft, sich vor einem großen virtuellen Publikum öffentlich zu präsentieren stellt dennoch keine Paradoxie zum gleichzeitigen Bedürfnis nach Privatsphäre dar: Privatsphäre meint gerade bei Heranwachsenden weniger den Grad an Selbstoffenbarung an sich, sondern vielmehr die Kontrolle darüber, was und wie viel an Selbstoffenbarung sie sich selbst zugestehen (Livingstone, 2008). Sofern dieses Maß an Kontrolle besteht, kann die Selbstdarstellung auch vor einem enormen Publikum erfolgen, ohne dass die sich Darstellenden in ihrer Privatsphäre bedroht fühlen.

4.2.3.2 Private Fotos

Trotz der Individualität der Empfindung bzgl. dessen, was als privat aufgefasst wird, fanden sich innerhalb des Samples auch einige Übereinstimmungen. Besonders die Freizügigkeit in Form von Fotos in Badekleidung oder Unterwäsche gilt unter den Befragten als privat. Während zwar Unterschiede bzgl. der Definition von Freizügigkeit unter den Befragten festgestellt werden konnten, war der Begriff dennoch in jedem der acht Interviews zu finden. Weitere Übereinstimmungen fanden sich für einige darüber hinaus bei Fotos mit der Familie, sowie Partyfotos, auf denen Alkohol konsumiert wird. Dabei erweitert sich die Sensibilisierung für die eigene Privatsphäre mit dem Zuwachs an Abonnenten noch zusätzlich, wie etwa im Interview mit Lea festgestellt werden konnte:

Transkriptauszug des PZI mit Lea, 11.05.2015:

193 B: ja (.) ich guck vielleicht eher dass die jetzt nicht
194 mehr so (.) ich weiß nicht ich hab letztes jahr zum
195 beispiel so n bild von der seite im bikini gepostet und
196 das würd ich jetzt wahrscheinlich auch nicht mehr machen.

Auch Bella sagt, nach Aufhebung der Privateinstellung und seit Beginn des Abonnentenzuwachses auf ihrem Profil „private Bilder“ (PZI mit Bella, Z. 449) gelöscht zu haben. Es zeigt sich also, dass mit Zuwachs des Publikums auch eine Veränderung des Empfindens von Privatsphäre einhergeht. Dieses Ergebnis deckt sich mit Goffmans Theorie: Die Zunahme der Größe des Publikums erhöht die Gefahr eines Kontrollverlusts der Selbstdarstellung, so muss in diesem Falle eine größere Sorgfalt bzgl. dessen, was dem Publikum präsentiert wird, erbracht werden (1959), um eine gelungene Selbstdarstellung zu sichern. Auch Studien, wie etwa jene von Rui und Stefanone (2012) bestätigen ein zunehmendes Kontrollbedürfnis bzgl. virtuell geteilter Inhalte.

4.2.3.3 Private Daten

Nicht nur bei Fotomotiven stellt sich die Frage, welche Art von Inhalten für die Öffentlichkeit geeignet sind und welche nicht. Auf Instagram finden sich neben visuellen Inhalten in Form von Fotos und Videos auch textbasierte Inhalte im Profilinformatiosfenster sowie unter Fotos in Form von Kommentaren. Auch hier wird abgewogen, welche Informationen mit dem Publikum geteilt werden und welche nicht. Auffällig war hierbei das omnipräsente Bedürfnis nach einer möglichst geringen Offenbarung personenbezogener Daten. Dabei gilt insbesondere der exakte Wohnort für die meisten der Befragten als schützenswerte Information, die dem Publikum vorzuenthalten ist:

Transkriptionsauszug des PZI mit Jette, 12.05.2015:

310 B: ich hab ja oben meine beschreibung nur sehr kurz gehalten,
311 generell dass ich halt in deutschland wohne aber halt auch
312 nicht genau WO weil das find ich auch (.) zu privat,

Auch Kontaktdaten, wie die Facebookadresse, die Handynummer oder die private E-Mail-Adresse werden bewusst nicht auf Instagram hinterlassen, lediglich eigens für Instagram erstellte E-Mail-Adressen, die primär für Kooperationen mit Firmen gedacht sind, finden sich auf einem Großteil ihrer Instagramprofile wieder. Das Vorenthalten privater Kontaktdaten lässt sich mit der Instagram vorwiegend zugeschriebenen Funktion erklären:

Transkriptauszug des PZI mit Lea, 12.05.2015:

169 B: auf facebook ist irgendwie mehr so mit deinen freunden
170 in kontakt zu bleiben und so (.) und instagram ist mehr
171 (.) um seine bilder eben irgendwie zu zeigen und (---)
172 auch von anderen anzuschauen.

Da Kontaktaufnahmen hier also nicht angestrebt werden, erübrigt sich das Teilen der privaten Kontaktdaten auf Instagram. Insgesamt zeigt sich die Tendenz, „so wenig Informationen wie möglich“ (PZI mit Lea, Z. 310) über sich selbst auf Instagram zu veröffentlichen; auch diejenigen unter den Befragten, die angaben, rege textbasierte Kommunikation mit ihren Abonnenten zu betreiben, beschränken diese lediglich auf alltägliche Banalitäten (vgl. PZI mit Katharina, Z. 521-538), die Beantwortung von Verständnisfragen (vgl. PZI mit Elena, Z. 232-236) und geben private Kontaktdaten, wenn überhaupt, auch nur vereinzelt heraus (vgl. PZI mit Sabrina, Z. 338-342).

4.2.3.4 Das Ende der Instagramnutzung

Abschließend soll noch auf eine andere Art der Grenzziehung bzgl. der Selbstdarstellung auf Instagram hingewiesen werden, welche sich aus den Gesprächen mit den jungen Frauen kenntlich gemacht hat. Diese Grenze bezieht sich nicht auf die Privatsphäre, sondern auf die zukünftige Nutzung der Photo-Sharing-App im Allgemeinen.

Innerhalb der Gespräche wurde deutlich, dass alle der acht befragten jungen Frauen annehmen, Instagram in wenigen Jahren nicht mehr nutzen zu wollen. Die Gründe hierfür sind fast ausschließlich dem Übergang ins Erwachsenenendasein zuzuschreiben. So sagt etwa Bella:

Transkriptauszug des PZI mit Bella, 22.05.2015

517 B: ja aber ich denk jetzt wenn ich,
518 irgendwann mal <<schmunzelnd> vielleicht mal> (.) irgendwann
519 mal in zehn jahren oder so ne familie gründen sollte,
520 dann denk ich nicht dass es noch (.) präsent sein soll.

Auch Luise erwähnt an dieser Stelle die Familiengründung (vgl. PZI mit Luise, Z. 429ff.). Auch die Beschäftigung mit der eigenen beruflichen Karriere wurde als Grund für eine Aufgabe der Instagramnutzung genannt:

Transkriptauszug des PZI mit Elena, 12.05.2015:

330 B: vielleicht noch ein (.) halbes jahr> oder ein jahr aber dann
331 bin ich ja auch mit dem <<schmunzelnd> studium fertig> und
2332 dann hab ich <<schmunzelnd> keine zeit mehr für sowas.>

Katharina und Sabrina vermuten außerdem, dass Instagram ihnen mit zunehmendem Alter nicht mehr attraktiv erscheinen wird. Dieser Befund bezieht sich zwar nicht auf einen spezifischen Aspekt der Selbstdarstellung via Instagram, jedoch erscheint er angesichts der Hinzuziehung der Kenntnisse über die Phase der Adoleszenz als beachtenswert. Da Instagram vorwiegend aus dem Anlass genutzt wird, eigene Fotos zu

teilen und sich somit auf direktem oder indirektem Wege selbst zu präsentieren, ist es interessant festzustellen, dass die Befragten einen Abfall des Interesses an Instagram nach Eintritt in die Erwachsenenphase vermuten. Ihre Vermutungen decken sich mit gängigen Adoleszenztheorien, die, obwohl die Selbstdarstellung in jeder Phase des Lebens stattfindet, selbiger in der Phase des Heranwachsens die größte Bedeutung zuschreiben, da sie dort den Zweck der Aushandlung der Identität erfüllt (vgl. Kapitel 2.2).

4. 3 Ergebniszusammenfassung

Die Ergebniszusammenfassung bildet das finale Subkapitel der Ergebnisdarstellung und dient der Komprimierung der in Kapitel 4.2 detailliert dargestellten Befunde, um der Beantwortung der Forschungsfrage näher zu kommen. Diese sei zur Erinnerung nochmals an dieser Stelle anzuführen:

Wie nutzen junge Frauen mit einer hohen Zahl von Abonnenten die Photo-Sharing-App Instagram zur Selbstdarstellung?

Die Forschungsfrage wird beantwortet, indem ermittelt wird, was junge Frauen überhaupt auf Instagram teilen und auf welche Weise sie dies tun, welche Charakteristika dem Instagrampublikum zuzuordnen sind und auf welche Weise diese die Selbstdarstellung beeinflussen und zuletzt, wo sich die Grenzen der Selbstdarstellung befinden.

Zunächst lässt sich feststellen, dass die Selbstdarstellung der jungen Frauen äußerst selektiv vonstattengeht. Die Motivwahl gestaltet sich dabei keinesfalls beliebig, sondern wird durch die thematische Organisation der jeweiligen Profile determiniert. Die gewählten Themen, entsprechend derer die Motivwahl der geteilten Fotos erfolgt, entstammen den persönlichen Interessen, Hobbys oder Präferenzen. Ein weiterer Indikator für ein hohes Maß an Selektivität zeigt sich in der Berücksichtigung ästhetischer Kriterien beim Teilen von Fotos. Vor allem die Einheitlichkeit sowie die Hochwertigkeit sind Kriterien, nach denen die Selbstdarstellung vollzogen wird.

Das Publikum auf Instagram zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass es vorwiegend aus fremden sowie tendenziell jungen Personen besteht. Die Fremdheit des Publikums begünstigt dabei ein hemmungsloseres Selbstdarstellungsverhalten, da mit ihm ein Gefühl der Anonymität einhergeht. Das junge Alter steigert die Hemmungslosigkeit zusätzlich, was sich zum einen damit erklären lässt, dass die Selbstdarstellung vor Peers als entspannter empfunden wird als vor älteren Personen (West, 2009). Zum anderen erleichtert die altersbedingte Homogenität des Publikums die Selbstdarstellung, da die Erwartungen innerhalb eines homogenen Publikums tendenziell weniger stark differieren als die eines heterogenen (Rui & Stefanone, 2012). Den stärksten Einfluss auf die Selbstdarstellung übt jedoch die Größe des Publikums aus. Eine hohe Publikumszahl kann als Indikator für eine gelungene Selbstdarstellung betrachtet

werden, da das Hauptmotiv für das Abonnement eines Instagramprofils die Sympatisierung mit den von diesem Profil aus geteilten Fotos darstellt. Die Größe des Publikums zeigt nicht nur dem sich Darstellenden seinen eigenen Erfolg, sondern ist für alle sichtbar und wird damit selbst zum Objekt der Inszenierung. Um die Zahl der Abonnenten zu erhöhen, werden bestimmte Taktiken angewandt, mit denen eine höhere Aufmerksamkeit für das eigene Profil generiert werden kann. Ein zusätzlicher Faktor, welcher eine große Anhängerschaft auf Instagram erstrebenswert macht, ist der kommerzielle Nutzen, welcher sich aus einem populären Instagramprofil ziehen lässt.

Auch die Grenzen der Selbstdarstellung liefern abschließend Aufschluss über die Frage, wie die Selbstdarstellung auf Instagram unter einem großen Publikum erfolgt. So zeigte sich hier, dass ausschließlich Inhalte geteilt werden, die nicht als privat empfunden werden. Die Frequenz bzgl. des Teilens von Fotos hat dabei weniger Einfluss auf das Privatsphäreempfinden als der Inhalt dieser Fotos. Als privat werden insbesondere Freizügigkeit, Fotos mit der Familie sowie Fotos unter Alkoholkonsum empfunden. Private Daten werden kaum veröffentlicht. Dies liegt daran, dass Instagram vorwiegend zum Teilen von Fotos genutzt wird und tendenziell kein Bedarf nach persönlichem Kontakt mit dem Publikum besteht. Ein letzter Befund bzgl. der Grenzen der Selbstdarstellung bezieht sich auf die Prognose der weiteren Nutzung von Instagram nach Erreichen des Erwachsenenalters. Hier wurde deutlich, dass mit dem Beginn von Verpflichtungen des Erwachsenenendaseins, wie dem Berufseinstieg oder der Familiengründung, eine Abkehr von Instagram vermutet wird. Dies deckt sich mit gängigen Adoleszenztheorien, welche der Selbstdarstellung zum Zwecke der Identitätsarbeit insbesondere in der Phase vor dem Erwachsenenalter eine gewichtige Bedeutung zusprechen.

5. Fazit und Ausblick

Es zeigte sich, dass die Ergebnisse dieser Studie zum Teil mit Befunden vergangener Arbeiten korrelieren. Andere Ergebnisse dieser Arbeit sind wiederum als tendenziell fallspezifisch zu bewerten. Die Vielschichtigkeit der Befunde deutet auf ein komplexes Geflecht aus Einflussfaktoren, Sachverhalten und Motiven hin, die allesamt Auswirkungen auf die virtuelle Selbstdarstellung haben.

Die Ergebnisse dieser Arbeit liefern einige Anknüpfungspunkte für weiterführende Forschung. So könnte die Selbstdarstellung auf Instagram mithilfe eines Methodemixes aus qualitativer Befragung und Bildanalyse untersucht werden, um noch präzisere Ergebnisse zu erzielen. Interessant wäre darüber hinaus die Untersuchung von Personen mit einem großen und Personen mit einem kleinen Publikum auf Unterschiede innerhalb des Vollzugs der Selbstdarstellung. Auch der kommerzielle Nutzen Instagrams durch Privatpersonen stellt einen interessanten Gesichtspunkt der näheren Untersuchung dar,

da bisher nur Studien zur kommerziellen Nutzung Instagrams durch Unternehmen durchgeführt wurden.

Wie bereits erwähnt wurde, existierten vor dieser Arbeit keinerlei qualitativen Untersuchungen der Selbstdarstellung junger Frauen auf Instagram. Insgesamt fand Instagram von Seiten der Medien- und Kommunikationswissenschaft trotz seiner zunehmenden Verbreitung bis heute kaum Beachtung, vergleicht man die Menge an empirischen Arbeiten zu Instagram etwa mit jener zu Twitter. Die Statistiken bzgl. des Wachstums der Photo-Sharing-App prognostizieren einen weiteren Anstieg der Nutzerzahlen, womit die Dringlichkeit der stärkeren Auseinandersetzung mit Instagram im wissenschaftlichen Kontext weiter zunimmt.

Die innerhalb dieser Arbeit generierten Befunde scheinen zudem vergangene Forschung zur Selbstdarstellung auf Facebook zu revidieren. Innerhalb dieser Arbeit wurde deutlich, dass Facebook gegenwärtig nur noch spärlich zur Selbstdarstellung genutzt wird. Es existieren zwar aktuelle Studien zur Abwanderung Jugendlicher von Facebook, dennoch gibt es derzeit keinerlei aktuelle Erkenntnisse, die Aufschluss über die Verwendung Facebooks als Plattform der Selbstdarstellung geben können.

6. Literaturverzeichnis

Abbott W., Donaghey, J., Hare, J., & Hopkins, P. (2013). An Instagram is worth a thousand words: An industry panel and audience Q&A. *Library Hi Tech News* 30(7), 1–6. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/LHTN-08-2013-0047>

Allfacebook.de (2014). *Anzahl der Facebook-Nutzer in Deutschland nach Altersgruppen zwischen 2009 und 2014 (in Millionen)*. Abgerufen von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/70194/umfrage/nutzer-von-facebook-in-deutschland-nach-altersgruppen-seit-2009/>

Aufenanger, S. (2006). Interview. In: R. Ayaß, & J. Bergmann (Hg.), *Qualitative Methoden der Medienforschung* (S. 97–114). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Bergmann, J. (2006). Qualitative Methoden in der Medienforschung: Ein Überblick. In: R. Ayaß, & J. Bergmann (Hg.), *Qualitative Methoden der Medienforschung* (S. 13–41). Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung.

Bond, B. (2009). He posted, she posted: Gender differences in self-disclosure on social network sites. *Rocky Montana Communication Review* 6(2), 29–37. ISSN: 1542-6394

Bouvier, G. (2012). How Facebook users select identity categories for self-presentation. *Journal of Multicultural Discourses* 7(1), 37–57. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17447143.2011.652781>

Brüsemeister, T. (2000). *Qualitative Forschung: Ein Überblick*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Busemann, K., & Tippelt, F. (2014). Second Screen: Parallelnutzung von Fernsehen und Internet. *Media Perspektiven*, 8, 408–416.

Byrne, M. (2014). Instagram Statistics. Abgerufen von <http://opticalcortex.com/instagram-statistics/>

Donath, J. & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal* 22(4), 71–82.

Dunbar, R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size, group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences*, 16, 681–735.

- Fend, H. (1991). *Identitätsentwicklung in der Adoleszenz: Lebensentwürfe, Selbstfindung und Weltaneignung in beruflichen, familiären und politisch-weltanschaulichen Bereichen*. Bern, Stuttgart, Toronto: Verlag Hans Huber.
- Ferrara E., Interdonato, R., & Tagarelli, A. (2014). Online popularity and topical interests through the lens of Instagram. *HT '14 Proceedings of the 25th ACM conference on Hypertext and social media*. S. 24–34. doi: <http://dx.doi.org/10.1145/2631775.2631808>.
- Flammer, A. (2002). *Entwicklungspsychologie der Adoleszenz: Die Erschließung innerer und äußerer Welten im Jugendalter*. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle: Verlag Hans Huber.
- Froschauer, U., & Lueger, M. (2003). Praktische Hinweise zur Textinterpretation. In: U. Froschauer, & M. Lueger (Hg.), *Das qualitative Interview: Zur Praxis interpretativer Analyse sozialer Systeme* (S. 107–165). Wien: UTB.
- GlobalWebIndex (2015). *Apps mit dem höchsten Wachstum der Nutzerzahl weltweit im Jahr 2014*. Abgerufen von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/279903/umfrage/apps-mit-dem-groessten-nutzerzuwachs-weltweit/>
- Goffman, E. (1959). *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag*. München, Zürich: Piper.
- Grant, N. (2008). On the usage of social networking software technologies in distance learning education. In K. McFerrin et al. (Hg.): *Proceedings of society for information technology and teacher education* (S. 3755–3759). Chesapeake.
- Instagram (2015). *Anzahl der monatlich aktiven Nutzer von Instagram in ausgewählten Monaten von Januar 2013 bis Dezember 2014 (in Millionen)*. Abgerufen von <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/300347/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-mau-von-instagram-weltweit/>
- Jaffray, P. (2014). *Taking stock with teens survey 2014*. Abgerufen von <http://www.piperjaffray.com>
- Josephs, R., Tafarodi, R., & Markus, H. (1992). Gender and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology* 63(3), 391–402. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.63.3.391>

- Keupp, H. (2003). *Identitätskonstruktion*. Vorgestellt bei der 5. bundesweiten Tagung zur Erlebnispädagogik, Magdeburg.
- King, V. (2004). *Die Entstehung des Neuen in der Adoleszenz: Individuation, Generativität und Geschlecht in modernisierten Gesellschaften*. Wiesbaden: Springer VS.
- Kocak Usluel, Y., & Güzin Mazman, S. (2011). Gender differences in using social networks. *The Turkish Online Journal of Educational Technology* 10(2), 133–139. ISSN: 1303-6521
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New media and society*, 10 (3), 393–411.
- Luyckx, K. et al. (2013). Personal identity processes from adolescence through the late 20s: Age trends, functionality, and depressive symptoms. *Social Development* 22(4). doi: 10.1111/sode.12027
- Manikonda, L., Yuheng, H., & Kambhampati, S. (2014). *Analyzing user activities, demographics, social network structure and user-generated content on Instagram*. Abgerufen von <http://arxiv.org/abs/1410.8099>
- Marcus, B., Machilek, F., & Schütz, A. (2006). Personality and cyberspace: Personal web sites as media for personality expressions and impressions. *Journal of Personality and Social Psychology* 90(6), 1014–1031. doi: 10.1037/0022-3514.90.6.1014
- Mendelsson, A. & Papacharissi, Z. (2010). Look at us: Collective narcissism in college student facebook photo galleries. In Z. Papacharissi (Hg.), *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites* (S. 1–32). New York: Routledge.
- Mummendey, H. (2006). *Psychologie des Selbst: Theorien, Methoden und Ergebnisse der Selbstkonzeptforschung*. Göttingen; Bern; Wien: Hogrefe.
- Neumann-Braun, K., & Astheimer, J. (2010). *Doku-Glamour im Web 2.0: Party-Portale und ihre Bilderwelten*. Baden-Baden: Nomos/Ed. Reinhard Fischer.
- Neumann-Braun, K., & Autenrieth, U. (2011). *Freundschaft und Gemeinschaft im Social Web: Bild bezogenes Handeln und Peergroup-Kommunikation auf Facebook & Co*. Baden-Baden: Nomos.

- Online social network profile management: Self-presentation, self-concept and social network perspectives. (2012). *Conference Papers - International Communication Association*, 1–34.
- Rainie, L., Smith, A., & Duggan, M. (2013). Coming and going on facebook. Abgerufen von http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2013/PIP_Coming_and_going_on_facebook.pdf
- Rui, J., & Stefanone, M. (2012). Strategic self-presentation online: A cross-cultural study. *Conference Papers -- International Communication Association. 2012 Annual Meeting*, 1–35.
- Sanvenero, R. (2013). Social media and our misconceptions of the realities. *Information & Communications Technology Law* 22(2), 89–108. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13600834.2013.805923>
- Selting, M., Auer, P., Barth-Weingarten, D., & Bergmann, J. (2009). Gesprächsanalytisches Transkriptionssystem 2 (GAT2). *Gesprächsforschung – Online Zeitschrift zur Verbalen Interaktion* 10, 353–402.
- Toma, C. L., & Carlson, C. L. (2014). How do Facebook users believe they come across in their profiles? A meta perception approach to investigating Facebook self-presentation. *Communication Research Reports* 32(1), 93–101. doi: [10.1080/08824096.2014.990557](https://doi.org/10.1080/08824096.2014.990557)
- Van Eimeren, B., & Frees, B. (2014). 79 Prozent der Deutschen online: Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild. *Media Perspektiven* 7, 378–396.
- West, A., Lewis, J., & Currie, P. (2009). Students' facebook "friends": Public and private spheres. *Journal of Youth Studies*, 12, 615–627. doi: [10.1080=13676260902960752](https://doi.org/10.1080/13676260902960752)
- Witzel, A. (1989). Das problemzentrierte Interview. In G. Jüttemann (Hg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder* (S. 227–256). Heidelberg: Asanger Verlag.
- Wyrwoll, C. (2014). *Social media: Fundamentals, models, and ranking of user-generated content*. Wiesbaden: Springer Verlag.

Anhang

I. Standardisierter Kurzfragebogen

Vorname:

Alter:

Bildungsstand:

Instagram-Name:

Zahl der Abonnenten:

Zahl der Abos:

II. Leitfaden des Problemzentrierten Interviews

Wie lang bist du eigentlich schon bei Instagram?

Wie bist du dazu gekommen, Instagram zu nutzen?

Wie viel Zeit verbringst du am Tag auf Instagram?

Auf deinem letzten Foto sieht man ja ... Warum hast du gerade *das* Foto gepostet?

Wie oft in der Woche postest du Fotos?

Postest du eher spontan nach Lust und Laune oder planst du die Posts?

Wie sieht es aus, wenn du länger nichts mehr gepostet hast?

Wie sehen deine anderen Fotos aus?

Versuchst du auch, abwechslungsreiche Bilder zu posten?

Was würdest du niemals auf Instagram hochladen?

Wie fühlst du dich, wenn ein Bild von dir sehr viele Likes erhält?

Welche Bilder bringen dir generell mehr Likes ein?

Du hast ja gesagt, dass du ... Personen folgst. Aus welchen Gründen folgst du diesen Personen?

Wenn du darüber nachdenkst, was du auf Facebook teilst, insbesondere was Fotos angeht, was sind da die größten Unterschiede zu den Fotos auf Instagram? Du hast auf deinem Instagram-Account ... Follower. Wie fühlt sich das für dich an, dass dir so viele Personen folgen?

Beeinflusst dich die Zahl deiner Follower beim Posten von Fotos?

Weshalb, glaubst du, hast du so viele Follower?

Wie wichtig sind dir viele Follower?

Was muss man deiner Meinung nach posten oder wie muss man sich präsentieren, um viele Follower zu bekommen?

Dein Profil ist ja öffentlich. Warum hast du dich dafür entschieden, dein Profil öffentlich zu machen?

Welche Informationen findet man so auf deinem Profil?

Was würdest du auf keinen Fall auf Instagram von dir preisgeben?

Glaubst du, du wirst Instagram in den nächsten Jahren noch weiter nutzen?

Gibt es noch etwas, dass du hinzufügen möchtest?

III. Transkripts

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr.:	1
Aufnahmedatum:	11.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 18:00 Uhr
Länge:	00:12:13
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Lea
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 20 Jahre alt, lebt in Deutschland, hat gerade ihr Abitur abgeschlossen und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 1200 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 340 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch lief entspannt ab. B lachte einige Male während ihrer Antworten. Vereinzelt kam es zu gegenseitigen Unterbrechungen

Transkript

- 1 A: dann legen wir gleich mal los,
2 (--) ähm (--) wie lange bist du ähm eigentlich schon bei
3 instagram?
4 B: boah ich glaub schon zwei jahre,
5 A: wie bist du dazu gekommen (.) dich bei instagram anzumelden?
6 B: ähm (-) ne freundin von mir (.) hat sich da angemeldet also
7 die is auf ner anderen schule und die hat gemeint ja das da
8 ähm: voll viele es haben und so,
9 und das ich mir das auch machen soll;
10 A: ok, cool (--) ähm (.) wenn du so drüber nachdenkst wie viel
11 ähm zeit verbringst du am tag so auf instagram?
12 B: mh schon viel also (--) ich glaub echt (.) zu viel ((lacht))
13 [also]
14 A: [ungefähr?]
15 B: ich bin (.) ich weiß nicht (-) wie kann mans ungefähr
16 hochrechnen?
17 Also ich guck schon wenn mir langweilig ist geh ich immer in
18 instagram und guck so die (x) bilder an [ich weiß nicht]
19 A: [so
20 proj]stunde? wie oft bist du da drauf?
21 B: so dreimal würd ich <<lachend>sagen schon.>
22 A: und (-) wie viel zeit verwendest du außerhalb von instagram
23 für instagram? so was wie für (-) also fotos machen
24 bearbeiten und so weiter,
25 B: ähm (--) wenn ich bilder mach so einmal in der woche oder
26 so.
27 A: mhm (-) ähm (.) auf deinem letzten foto sieht man ja ein
28 selfie von [dir ähm,]
29 B: [mhm,]
30 A: und du lächelst draußen mit ner sonnenbrille und ner
31 blumenkette im (-) haar ((lacht))
32 B: mhm ((lacht))
33 A: ähm (.) warum hast du gerade das foto gepostet? Was gefällt
34 dir besonders an diesem foto?

35 B: mmh ich fands irgendwie schön (.) also da waren wir halt
36 grad bei bekannten im garten und (--) ich hab ((lacht)) grad
37 so ne blumenkette gemacht und dann fand ich die irgendwie
38 schön und hab gedacht (.) joa (.) kannst ja mal n bild von
39 machen. ((lacht))
40 A: ähm du hast ja vorher schon gesagt dass du ungefähr einmal
41 die woche ähm (.) fotos postest,
42 B: mhm,
43 A: wie siehts bei dir aus (--) postest du eher so spontan nach
44 lust und laune oder machst du das so n bisschen in
45 regelmäßigen abständen?
46 B: ähm ne (-) also ich post schon (-) ah ich weiß nicht (.)
47 wenn ich (.) ich mach halt (.) manchmal so bilder von mir
48 selbst ((lacht)) wenn ich einfach lust hab,
49 A: mhm,
50 B: und des mach ich jetzt auch aber nicht jede woche (--) dass
51 ich des jetzt machen muss also ich mach des einfach immer
52 wenn ich lust hab.
53 A: mhm, (--)
54 ähm wenn du jetzt zum beispiel merkst dass du länger nichts
55 gepostet hast (-) hast du dann irgendwie den drang dazu
56 etwas zu posten weil [du siehst]
57 B: [ja ähm] irgendwie
58 schon (--) <<lachend>schon> erst so nach zwei wochen oder
59 so, (--)
60 aber das kommt auch eher (x) meistens post ich schon so (--)
61 jede woche was,
62 A: mhm
63 B: aber ich merks dann schon so oh ja: (--) das ich dann denk
64 irgendwie (.) ich will wieder was posten auch wenn (.) es
65 dumm ist aber;
66 A: mh (-) ja (-) das ist jetzt so ne ansichtssache.
67 B: ((lacht)) ja,
68 A: wenn man so deine anderen fotos anschaut oder allgemein
69 deinen account ähm (--) was würde man da sagen welche art
70 von (.) fotos postest du am liebsten?

71 B: ja da würd man wahrscheinlich <<schmunzelnd> schon denken
72 dass ich so viel bilder von mir post> aber (.) irgendwie (--
73) ich mach halt dann schon halt immer fotos und bearbeit die
74 und so,
75 und des mach ich dann halt meistens nur von personen und
76 nicht von irgendwelchen anderen sachen.
77 A: also (--) gegenstände? klamotten? ähm (.) landschaften?
78 B: ja,
79 A: eher weniger oder?
80 B: ja genau.
81 A: ok ähm worauf achtest du ähm bei deiner motivwahl? also (.)
82 achtest du vielleicht darauf (.) dass es irgendwie
83 abwechslungsreich ist? dass deine (.) farbwahl zusammenpasst
84 (.) oder (.) [eher nicht so?]
85 B: [ja also des,] (---)
86 guck ich schon meistens also jetzt nicht so extrem dass ich
87 immer den gleichen filter oder so benutz (.) aber (.) ähm
88 (.) ich finds schon schöner wenn die bilder irgendwie so die
89 man postet so zusammenpassen so_n bisschen.
90 A: mhm (.) ähm was würdest du niemals auf instagram hochladen?
91 B: (1Sek.)
92 hmm (--) wo man (.) zu viel (.) sieht,
93 oder ich weiß nicht so (1Sekunde) zu gestellte sachen oder
94 so.
95 A: mhm (.) ähm (.) wenn du äh siehst dass n bild von dir ganz
96 viele likes bekommt wie fühlst du dich da?
97 B: (1Sek.)
98 ja da fühlt man sich schon irgendwie so n bisschen (.)
99 bestätigt <<lachend>> ich weiß nicht> (.) also,
100 A: ja,
101 (1Sek.)
102 und wenn du nicht so viele likes bekommst wie fühlst du dich
103 da?
104 B: ja da denk ich mir auch so ja (---) ((lacht)) ist das bild
105 jetzt doch nicht so schön oder (.) ja was weiß ich aber dann

142 sind da so die größten unterschiede zu den fotos auf
143 instagram?

144 B: mhh (.) also auf instagram post ich viel mehr bilder,
145 auf facebook hab ich glaub ich mein letztes bild vor nem
146 halben jahr oder so hochgeladen.

147 und: ähm: ich find auch auf instagram hat man irgendwie
148 weniger (.) HEMmungen (.) oder so weils eben nur um bilder
149 geht, (.)
150 und (.) ja.

151 A: ok,

152 B: facebook nutz ich jetzt nicht so um bilder hochzuladen.

153 A: glaubst du es gibt noch andere gründe (.) außer diese
154 hemmungen die ähm (--) also die dazu führen dass du (.) auf
155 instagram (.) anders postest als auch facebook?

156 B: mhm, (.)
157 ja ich glaub das ist halt auch einfach irgendwie (.) nicht
158 annonymer ich mein (.) die können alle zehntausend leute
159 können deine bilder angucken aber,
160 auf facebook ist irgendwie mehr so mit deinen freunden in
161 kontakt zu bleiben und so (.) und instagram ist mehr (.) um
162 seine bilder eben irgendwie zu zeigen und (---) auch von
163 anderen anzuschauen.

164 A: mhm gut (--) ähm (.) du hast ja gesagt dass du auf deinem
165 instagramaccount ungefähr tausendzweihundert follower hast
166 (---) wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele
167 personen folgen?

168 B: also ich finds schon <<lachend> irgendwie (.) komisch und
169 (.) ich weiß nicht> also es gibt ja auch leute die haben
170 noch viel viel mehr,
171 aber für mich ist DAS schon irgendwie voll viel und (.) ich
172 finds (.) ja (.) ich finds voll <<schmunzelnd> komisch dass
173 mir so viel leute folgen.>

174 A: beeinflusst dich die zahl deiner follower beim posten von
175 fotos?

176 B: mhh (-) nee eigentlich nicht.
177 (1Sek.)

178 obwohl also früher hab ich irgendwie weniger gepostet aber
179 (---) vielleicht weil ich auch jetzt (.) die ganze zeit mehr
180 so in instagram hock.

181 A: achtest du seit (.) also achtest du drauf (.) seit du mehr
182 follower hast dass deine fotos irgendwie (--) gut aussehen
183 oder hat sich das bei dir nicht so geändert?

184 B: ja (.) ich guck vielleicht eher dass die jetzt nicht mehr so
185 (.) ich weiß nicht ich hab letztes jahr zum beispiel so n
186 bild von der seite im bikini gepostet und das würd ich jetzt
187 wahrscheinlich auch nicht mehr machen.

188 A: mhm,
189 ok (--) wie viele deiner abonnten kennst du auch
190 persönlich? (-) ungefähr,

191 B: hmm (--) das sind wahrscheinlich bisschen mehr (.)
192 vielleicht so hundert (---) also jetzt so vom sehen her
193 <<schmunzelnd> nicht richtig persö[nlich.]>

194 A: [also] (.) dass du halt weißt wer das is
195 (.) also,

196 B: ja genau.

197 A: mhm (-) warum glaubst du dass du so viele follower hast?

198 B: hmm (.) ich weiß nicht vielleicht (---) weil ich mir schon
199 immer (-) mühe geb irgendwie dass meine bilder jetzt nicht
200 irgendwie so (--) komische filter oder was weiß ich haben
201 oder weil ich ja auch so öfter mal bilder mach,
202 (--) und mir da schon mehr gedanken bestimmt drüber mach als
203 andere leute.

204 A: hättest du gern noch mehr follower?

205 B: (1Sek.)
206 muss jetzt nicht unbedingt sein ((lacht)) wenn ja is auch
207 nicht schlimm. ((lacht))

208 A: ok. (.)
209 was glaubst du was ähm oder was glaubst du wie man sich (.)
210 wie man sich präsentieren muss was man posten muss damit man
211 viele follower bekommt?

212 B: hm.

213 wahrscheinlich muss immer so mit den ganzen trends
214 <<lachend> mitgehen> wenn jetzt äh die großen irgendwie alle
215 anfangen was weiß ich mit den daniel wellington uhren oder
216 so dann holst du dir auch eine ((lacht)) und postest sie,
217 oder eben auch regelmäßig bilder posten (---) weil ich glaub
218 wenn du (.) öfter mal keine bilder postest dann langweilen
219 sich sozusagen die leute,
220 also die die dich nicht wirklich kennen,
221 weil die dir auch folgen damit die deine bilder sehn.

222 A: glaubst du es gibt noch andere taktiken außer (-) also die
223 nichts mit dem posten von fotos zu tun haben die dazu führen
224 dass man mehr follower bekommt?

225 B: ja also (.) ich habs schon bemerkt wenn du irgendwie leuten
226 folgst die sehr viele follower haben,
227 und denen dann eben folgst dann (.) dann kommen irgendwie
228 immer automatisch irgendwelche leute die DIR folgen weil die
229 dich dann irgendwie da sehen, (---) keine ahnung.

230 A: gibt es (-) gibt es vielleicht taktiken die du selber
231 anwendest?
232 sowas wie (.) wie hashtags oder so (.) oder follow for
233 follow (.) damit du mehr follower bekommst?

234 B: ja also manchmal gehe ich wenn mir langweilig ist,
235 dann like ich so paar bilder von irgendwelchen,
236 (1Sek.)
237 also dann geh ich so auf die seiten von leuten die viel
238 follower haben und guck ob die (.) ob die da irgendwelchen
239 coolen followen oder so,
240 und wenn du dann denen ihre bilder likest dann (--) ja
241 machen dies meistens auch.

242 A: ähm dein profil ist öffentlich oder?

243 B: ja.

244 A: ähm warum hast du dich dafür entschieden dass dein profil
245 öffentlich bleibt?

246 B: mh ich weiß nicht am anfang hatte ichs ähm (.) privat, und
247 dann hab ich irgendwann gedacht (--) ich ähm ich hab da
248 eigentlich ehrlich gesagt nicht wirklich drüber nachgedacht

249 ich habs dann einfach irgendwann doch mal öffentlich
250 gemacht,
251 weil ich auch keinen bock mehr hatte auf die (.) ganzen
252 anfragen und so immer,
253 A: glaubst du du hättest weniger follower wenn dein profil
254 privat wär?
255 B: ja ich glaub schon.
256 A: ähm,
257 welche informationen findet man so auf deinem profil?
258 B: (2,5Sek.)
259 nicht wirklich viel eigentlich (--) manchmal benutz ich n
260 paar hashtags aber eigentlich nich wirklich viel,
261 und ich post nicht so regelmäßig jetzt jeden tag oder so,
262 A: ähm,
263 weiß man also weiß man irgendwas aus deiner
264 profilinformation?
265 B: äh: ich glaub nur meinen namen also nur meinen vornamen,
266 und so n smiley <<lachend> dass ich n freund hab.>
267 A: ((lacht)) ok ähm: wie wichtig findest du diese
268 profilinformation in instagram?
269 B: die find ich eigentlich überhaupt nicht wichtig also ich
270 guck mir die auch bei anderen leuten nicht wirklich an.
271 A: ok (--) warum?
272 B: ich weiß nicht jetzt irgendwie,
273 da steht meistens immer nur aus welchen (.) ach genau aus
274 welchem land ich komm steht da ((lacht)) und ja, ich find
275 die bilder eigentlich (.) interessanter;
276 A: was würdest du was informationen angeht auf keinen fall von
277 dir preisgeben?
278 B: hm: also ich weiß nicht also (.) meinen vollen namen würd
279 ich jetzt wahrscheinlich nicht angeben, (---)
280 und::
281 (1Sek.)
282 ich weiß grad gar nicht;
283 (3 Sek.)
284 [ja ich würd einfach]

285 A: [deine heimatstadt?]
286 oder deinen facebooklink oder solche sachen,
287 B: achso ja genau meinen facebooklink zum beispiel würd ich
288 nicht also des hat auch einer unter mein bild geschrieben ob
289 ich facebook hab aber des will ich jetzt auch nicht
290 unbedingt dass des jeder sieht,
291 A: mhm.
292 ok.
293 B: also <<lachend> so wenig informationen wie möglich;>
294 A: ich hab jetzt noch eine frage und zwar (.) glaubst du dass
295 du instagram in den nächsten jahren noch weiter nutzen
296 wirst?
297 B: woah das weiß ich (--) das hatt ich mir auch schon überlegt.
298 ich glaub des wird bestimmt irgendwann nachlassen und dann
299 kommt wieder irgendwas anderes zum beispiel gibt es voll
300 viele die bei snapchat sind,
301 das hab ich zum beispiel gar nicht.
302 A: ok,
303 B: ich weiß nicht ich denk des wird schon noch ein zwei jahre
304 gehen aber dann kommt bestimmt irgendwas anderes.
305 A: gut. (--)
306 hast du sonst noch irgendwas was du loswerden willst zu dem
307 thema?
308 B: hmm nee eigentlich nicht. ((lacht))

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr.:	2
Aufnahmedatum:	11.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 19:00 Uhr
Länge:	00:21:19
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Katharina
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum.
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 19 Jahre alt, lebt in Deutschland, ist Auszubildende und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 1381 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 354 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch lief entspannt ab. Die Gesprächsteilnehmer sprechen einen leichten schwäbischen Dialekt, was jedoch nicht in das Transkript übernommen wird, da es im Rahmen der Analyse nicht relevant ist.

Transkript:

- 1 A: ähm: wie lang bist du eigentlich schon bei instagram?
- 2 B: ähm,
- 3 ein moment. ((schmunzelt))

4 (1Sek.)
5 also ich glaub fast ein JAHR jetzt?
6 ABER ich hab (.) erst im januar so richtig angefangen.
7 (1Sek.)
8 also davor hab ich halt so bisschen so,
9 ab und zu mal was gepostet und so,
10 aber nicht regelmäßig.
11 B: ok.
12 wie bist du dazu gekommen instagram zu nutzen?
13 A: ((atmet stoßartig aus))
14 gute frage.
15 ich glaub das hatte irgendeine freundin,
16 ich hab das eigentlich schon relativ LANG glaub ich,
17 (---) also schon gehabt aber halt nicht benutzt,
18 und dann vor nem jahr so ab und zu und (.) ähm:,
19 ich glaub das kam irgendwie über die schule,
20 wir haben drüber geredet und dann fand ichs cool und dann,
21 A: ähm (.) wie viel zeit verbringst du am tag auf instagram?
22 B: viel.
23 ((lacht))
24 A: so pro stunde?
25 vielleicht
26 B: <<schwer ausatmend> boah,>
27 kommt ganz drauf an also wenn ich jetzt mal ein tag zuhause
28 bin und nix lernen muss oder so,
29 dann (.) kanns schon sein dass ich neben fernsehgucken
30 einfach (.) den halben tag dasitz und irgendwelche leute
31 stalk (.) und so.
32 aber jetzt wenn ich in der schule bin oder so,
33 dann (-) vielleicht (-) wenns hochkommt ne stunde.
34 A: und ähm,
35 wie viel zeit verbringst du (.) außerhalb von instagram für
36 instagram das heißt für fotos,
37 zum bearbeiten und so weiter?
38 B: hm:
39 (2Sek.)

40 jetzt ohne kochen nehm ich an,
41 A: ja.
42 B: ähm,
43 keine ahnung vielleicht zwanzig minuten mehr am tag.
44 A: beziehungsweise (.) ohne kochen (.) im sinne von wenn du,
45 also wenn du was zu essen machst und es dann fotografierst
46 weil (.) einfach so weil es schön aussieht,
47 ist etwas anderes wie wenn du was zu essen machst FÜR
48 instagram um dann
49 B: achso nee ja dann GAR nicht,
50 ich (.) fotografier halt was ich ess und was schön aussieht
51 sonst wirds halt nicht fotografiert oder ich fotografiers
52 halt trotzdem also, (-)
53 ich mach jetzt nicht dass ich sag boah ich BACK jetzt was
54 und äh fotografiers und schmeiß es dann in müll weil
55 A: nee; ((schmunzelt))
56 ja klar.
57 nee ich mein also (.) du hast ja einen food blog sozusagen,
58 B: ja.
59 A: und ähm (-) also ist es dann bei dir so dass du manchmal ähm
60 (-) etwas machst weil du irgendwas in instagram posten
61 willst?
62 also nicht dass du das dann danach wegschmeißt ja klar,
63 aber
64 B: ja nee eigentlich nicht,
65 also (.) ja ich richt es schon schöner her als würde ich es
66 einfach nur so essen,
67 aber jetzt,
68 also ich post nur das was ich selber ess und (.) so wie es
69 halt in dem moment gerade aussieht.
70 A: mhm.
71 B: also ich würde jetzt nicht anfangen, (-)
72 oh ich hab heut noch nix auf instagram gepostet,
73 ich muss jetzt was besonders schönes kochen.
74 A: ok. ((schmunzelt))
75 B: also ((schmunzelt))

76 A: auf deinem letzten foto kann man ja cupcakes sehen,
77 mit (.) mit blaubeeren drauf,
78 B: mhm.
79 A: und da steht auch was drauf und zwar ein hashtag von dir und
80 woche zwei doppel punkt cupcakes,
81 ähm: warum hast du gerade das foto gepostet?
82 was gefällt dir so gut an dem foto?
83 B: ähm:,
84 also da gehts ja um ne challenge,
85 und (-) das foto ist von ner anderen,
86 aber wir machen das zu dritt und jede woche ist ne andere
87 dran,
88 und die hat demnach auch das foto ausgesucht.
89 A: kannst du das kurz erklären mit der challenge?
90 B: ähm:,
91 also wir sind drei mädels,
92 ähm haben uns durch ein programm kennen gelernt,
93 und (-) ähm (-) haben uns eigentlich relativ gut verstanden
94 und haben dann eben überlegt was zu machen und den followern
95 eben was (.) was zurückzugeben halt so ein kleines (-) paket
96 kriegt dann am ende einer und das geht vier wochen lang,
97 und (-) es geht eben um (-) gesundes gebäck,
98 und letzte woche waren brownies dran,
99 und da konnte man eben mitmachen und halt unter dem hashtag
100 (1Sek.) dran teilhaben und (x) rezept (x),
101 und (.) da haben wir dann (.) die gewinnerin praktisch das
102 was uns am besten gefallen hat gestern eben vorgestellt,
103 A: mhm,
104 B: und (.) so geht das jetzt noch vier wochen,
105 und diese woche sind eben cupcakes und von den vier
106 gewinnerinnen (.) oder gewinnern,
107 bekommt am ende eben eine so ein kleines (.) paket mit so
108 paar backutensilien.
109 A: cool,
110 ähm:,
111 wie oft in der woche postest du fotos?

112 B: hm:,
113 oft eigentlich.
114 jeden tag?
115 (1Sek.)
116 aber wenn jetzt irgendwie keine ahnung stress in der schule
117 ist oder irgendwas wichtiges wo ich hin muss oder so,
118 kanns dann mal vorkommen dass ich (.) zwei tage nix poste
119 weil ich auch keine lust hab oder, (---)
120 also (.) ich mach jetzt nicht mein leben von instagram
121 abhängig. ((schmunzelt))
122 A: ähm,
123 postest du eher spontan nach lust und laune,
124 oder machst du das ein bisschen ähm (---)
125 regelmäßig?
126 also (-) versuchst du da ein bisschen regelmäßig zu bleiben?
127 B: also ich post halt oft frühstück weils (--) bei mir meistens
128 schöner aussieht als alles andere,
129 A: ok,
130 B: ähm::,
131 aber (.) eigentlich poste ich dann wenn halt das essen (-)
132 gut aussieht also wenn (-) mir das grad gefällt was ich auf
133 dem teller hab ich plan jetzt nicht drei wochen vorher,
134 da koch ich DAS und das muss ich dann so hinrichten das.
135 A: mhm,
136 B: also das.
137 A: wenn du merkst dass du länger nix gepostet hast ähm:,
138 hast du dann irgendwie den drang (.) was zu posten?
139 oder,
140 B: hm:,
141 (1,5Sek.)
142 ja also,
143 man freut sich ja schon wenn man nette kommentare oder sonst
144 irgendwas bekommt,
145 aber wenns jetzt halt dann nix gibt dann gibts halt nix also
146 ich versuch da nicht zwanghaft irgendwie was (-) ähm (-) zu

147 finden was ich posten kann hauptsache dass ich was gepostet
148 hab;
149 A: ähm:,
150 mann sieht ja auf deinem profil dass du hauptsächlich ähm
151 bilder von essen (.) postest,
152 wie siehst aus mit bildern von dir?
153 warum sind auf deinem profil nicht viele fotos von dir
154 drauf?
155 B: (---)
156 gute frage aber ich (-) find (.) mein essen anschaulicher
157 als mich manchmal; ((lacht))
158 <<lachend> und ich find,
159 ich bin nicht so gern der selfie (.) mensch.>
160 also (.) ja.
161 weiß nicht irgendwie: (---) keine ahnung.
162 A: die fotos die man von dir sieht,
163 warte mal ich muss kurz mal mein laptop dazu bringen dass er
164 mir das profil zeigt.
165 so ähm::,
166 es sind ja trotzdem,
167 also (.) ganz kurz mal,
168 B: zwei.
169 A: ich muss ganz kurz,
170 sorry.
171 ä:::hm so.
172 zwei bilder.
173 einmal mit deinem freund,
174 einmal von deiner transformation,
175 kann grad nicht scrollen (.) moment.
176 (x x xx x x)
177 warum (.) warum sind aber die zwei bilder auf deinem profil?
178 B: also das vom (.) vorher nachher (.) weil ich,
179 also wenn ich täglich in den spiegel guck,
180 seh ich (.) GAR nicht dass ich mich verändert hab ich seh
181 zwar an den hosen und an den tshirts und allem möglichen,

182 aber so wenn ich in spiegel guck seh ich mich immer noch so
183 wie auf dem linken bild.
184 und dann hab ich eben mal ein foto gemacht,
185 und (.) bin eben ziemlich erschrocken als ich gesehen hab,
186 (--)
187 dass sich halt DOCH was getan hat,
188 und dann war ich da irgendwie stolz drauf (.) und ja.
189 ((schmunzelt))
190 und das andere,
191 war (--) vom (.) anderthalbjährigen mit meinem freund;
192 A: mhm,
193 B: ähm,
194 (1Sek.)
195 weiß nicht.
196 das war halt so,
197 weil ichs (--) auch SCHÖN find,
198 weiß nicht,
199 <<schmunzelnd> ja keine ahnung,
200 ist ne gute frage,>
201 hab ich mir nicht so krasse gedanken drüber gemacht.
202 A: wirst du in zukunft vielleicht noch mehr bilder von dir
203 posten?
204 B: (2Sek.)
205 mal schauen.
206 ((schmunzelt))
207 also es haben schon paar geschrieben warum ich keine mach,
208 und dass das bestimmt voll TOLL wär,
209 ähm,
210 (3Sek.)
211 aber ja.
212 (3Sek.)
213 aber ja,
214 mal schauen.
215 ((schmunzelt))
216 A: gut.
217 ja ähm,

218 wie fühlst du dich ähm,
219 wenn ein bild von dir (.) sehr viele likes erhält?
220 B: also (-) likes find ich persönlich jetzt nicht so maßgebend,
221 klar ist es schön wenn man sieht es gefällt vielen,
222 aber ich persönlich find die kommentare mh (---) also die
223 motivieren mich mehr weil wenn irgendjemand sagt,
224 oder auch er findets toll was ich mach oder irgendwie (-)
225 dann nachrichten oder so;
226 auch schon paar (.) die ich so von hier kenn,
227 haben mir dann geschrieben und sowas find ich (.) dann fast
228 noch schöner also (-) eigentlich.
229 A: wie fühlt es sich für dich an wenn du ganz viele (.)
230 kommentare auf deinem bild (.) findest?
231 B: kommt drauf an also wenns jetzt nur irgendwelche smileys
232 sind dann find ich das jetzt nicht so weil auch viele posten
233 um auf ihr (.) profil aufmerksam zu machen also das (---)
234 kriegt man dann schon AUCH mit.
235 aber ich fühl mich dann jetzt nicht irgendwie besser als was
236 irgendwas anderes also es freut mich.
237 A: mhm,
238 (1Sek.)
239 wenn ein bild von dir nicht so viel (-) feedback bekommt,
240 wie fühlst du dich dann?
241 B: es ist halt kein so schönes bild oder das was vielen nicht
242 gefällt aber,
243 weiß nicht.
244 das klingt jetzt blöd das ist mein essen aber,
245 halt (.) also ich definier mich wirklich nicht über likes.
246 A: ok.
247 welche bilder bringen dir so generell mehr likes ein?
248 B: hm: ,
249 das ist ne gute frage.
250 also viel wenn irgendwas kreatives außergewöhnliches also
251 zum beispiel die ananas mit dem obst,
252 A: mhm,
253 B: hm,

254 oder:, (--)
255 meine pizza hat auch viele likes;
256 ((schmunzelt))
257 oder halt wenn irgendwas schöner hingerichtet ist oder (---)
258 ähm (--) also wenn ich jetzt nur irgendwie (1Sek.) ein (-)
259 oatmeal mit früchten poste dann (---) ist es jetzt ja nix
260 besonderes aber wenn man sich irgendwie mehr mühe gibt wenns
261 sonntag ist oder keine ahnung,
262 dann sinds (-) eher mehr.
263 A: ok.
264 ähm: du hast ja gesagt dass du: dreihundertvierundfünfzig
265 personen folgst,
266 nee doch (.) das war doch
267 B: doch.
268 A: ja.
269 äh: aus welchen gründen folgst du denen?
270 B: also manchen weil ich sie (.) persönlich von hier halt
271 irgendwo kenn,
272 oder sonst irgendwie kennen gelernt hab,
273 ähm: (--) viele (-) viele sprechen mich auch an,
274 mit rezepten,
275 also (-) wo ich mir dann auch viel inspiration hol;
276 dann sind auch (.) einige seiten dabei ähm,
277 von produkten also (.) wie fitnessguru oder so seiten,
278 dass man da halt von den produkten was mitkriegt,
279 A: mhm,
280 B: oder von irgendwelchen klamotten,
281 und, (--)
282 ja die meisten sind eigentlich auch irgendwelche food
283 blogger wo mich halt die rezepte
284 A: mhm,
285 die so ähnlich sind wie dein profil?
286 B: ja genau.
287 A: ok ähm,
288 wie viele der personen denen du folgst kennst du so
289 schätzungsweise persönlich?

290 B: ((atmet laut aus))
291 also jetzt GANZ persönlich?
292 schon mal getroffen?
293 A: mhm.
294 B: vielleicht fünfzig?
295 A: ok,
296 und wie viele hast du da kennen gelernt in instagram?
297 B: boah: viele.
298 also,
299 (2Sek.)
300 auch schon einige die ich gesehen hab aber keine ahnung,
301 auch so um den (.) sechzig siebzig.
302 achtzig.
303 A: gut ähm,
304 wenn du so drüber nachdenkst was du so auf facebook teilst
305 also insbesondere was fotos angeht,
306 was sind da so die größten unterschiede zu den fotos auf
307 instagram?
308 B: also auf facebook poste ich mittlerweile fast gar nix mehr,
309 und wenn dann halt titelbild oder profilbild und da bin ich
310 dann natürlich drauf zu sehen.
311 A: mhm.
312 B: aber da bin ich eben auch nicht öffentlich also;
313 A: ähm:,
314 was glaubst du warum instagram so attraktiv geworden ist?
315 B: (3Sek.)
316 ähm,
317 ganz ehrlich glaub ich dass es durch diese (--) sponsoring
318 (-) leute hochgeht,
319 also je mehr follower du hast,
320 desto (.) mehr kriegst du halt von irgendwelchen firmen
321 angeboten,
322 hey kannst du DAS testen kannst du DAS testen,
323 und ich glaub das ist der hauptgrund warum viele das auch
324 machen.
325 A: hast du etwas schon mal bekommen?

326 B: ähm: nö.
327 A: wär das sowas(.) was du gerne machen würdest?
328 oder gerne bekommen würdest?
329 B: also ja wer bekommt NICHT gern irgendwelche gratis sachen
330 aber ich würd jetzt (-) also wenn ich was zu testen bekomm
331 dann (-) auch was was mich,
332 also dann (.) will ich auch eigentlich schon ehrlich drüber
333 antworten und da nicht irgendwie eingekauft werden.
334 A: mhm,
335 B: ähm und,
336 puh (.) auch jetzt keine ahnung,
337 also schon auch sachen (.) zu denen ich stehe und nicht (-)
338 irgendwie hauptsache ich krieg was gesponsert und.
339 A: mhm.
340 nochmal zu facebook,
341 ähm (.) was ist dir wichtiger,
342 facebook oder instagram?
343 B: äh instagram.
344 A: warum?
345 B: weiß nicht find das irgendwie sympathischer.
346 A: kannst du das ein bisschen erklären?
347 B: also mir machts halt mehr spaß da irgendwas zu posten.
348 ich find facebook ist mittlerweile
349 (1Sek.)
350 also instagram da erzählen ja auch viele von ihrem leben
351 (-) wie auf facebook ja auch viele machen aber auf instagram
352 find ichs dann auch irgendwie schön so Fotos zu sehn und
353 ich fotografier halt gern und (-) ähm,
354 auf facebook ich find das ist mittlerweile so n bisschen
355 (-) eingeschlafen,
356 und (.) ich bin da auch ehrlich gesagt angemeldet weil
357 da eben GRUPpen (.) sind und sonst mach ich da eigentlich
358 fast gar nix mehr.
359 A: ok.
360 ähm: (.) gut.

361 du hast ja auf deinem account (.)
362 tausenddreihunderteinundachtzig follower,
363 wie fühlt es sich für dich an dass die so viele personen
364 folgen?
365 B: (2Sek.)
366 also manchmal frag ich mich waRUM das so viele sind, ähm
367 (---) was die (.) interessiert (.) an mir,
368 weil ich ja eigentlich nur bilder von meinem essen
369 poste,
370 aber es ist schon irgendwie cool ne rückmeldung zu also
371 ich find das (--) JA,
372 ja (-) schon COOL irgendwie aber ich würd mich jetzt nie:
373 da drüber definieren also es gibt ja viele die sagen (.) oh ich
374 hab tausendfünfhundert ich bin jetzt was besseres als
375 ihr oder ich hab zehntausend oder dann alles mögliche tun
376 um (.) JA ne größtmögliche zahl da draufstehen zu
377 haben,
378 so wichtig (.) find ichs dann (.) nicht. ((schmunzelt))
379 A: ähm: beeinflusst dich aber die zahl deiner follower beim
380 posten von fotos?
381 B: hm.
382 A: also zum beispiel als du weniger follower hattest hast
383 du dann weniger drauf geachtet dass deine bilder schön
384 sind,
385 dass sie irgendwie qualitativ hochwertiger sind als
386 jetzt?
387 B: also ich hab am anfang halt bloß,
388 also ich hab halt am anfang angefangen mit handy fotos
389 zu machen,
390 A: mhm,
391 B: und jetzt ist es ab und zu auch mit der kamera aber das
392 hat jetzt jetzt nix mit den followern direkt zu tun.
393 nur halt weil mir persönlich dann die bilder auch
394 besser gefallen;
395 und ich hab halt (-) also,

396 ich hab sachen die mir gut schmecken ähm (.) halt in einem
397 kochbuch für mich zusammengefasst,
398 und da sind halt auch die bilder und da hab ich halt
399 auch gern dass es gut aussieht also,
400 ja.
401 A: ähm,
402 also in dem fall sind dir ja viele follower aber (-) nicht
403 so wichtig.
404 B: (1Sek.)
405 also es ist schön aber es ist jetzt nicht mein:,
406 (4Sek.)
407 das worüber ich mich definier.
408 A: ok ähm,
409 du hat ja vorher schon erwähnt dass (.) du nicht sicher
410 bist warum dir so viele leute folgen aber was (--)
411 glaubst du wenn du jetzt antworten müsstest auf die frage
412 warum du glaubst (.) warum dir so viele follower (.)
413 folgen,
414 was da deine antwort wär?
415 B: ((schmunzelt))
416 ähm,
417 ja gute frage.
418 (1,5Sek.)
419 weiß nicht vielleicht weil ich relativ VIEL poste,
420 und solche leute also,
421 ich folg zum beispiel auch lieber jemand der halt
422 regelmäßig postet,
423 (1,5Sek.)
424 ähm: und dann nicht nur hinschreibt ja: jetzt ist das (.)
425 ne erdbeere,
426 sondern halt auch irgendwie was (-) über sich also wenn
427 man den menschen halt auch irgendwie ein bisschen
428 kennen lernt,
429 und ich versuch halt auch irgendwie nicht nur was über
430 das bild sondern halt (-) ähm,
431 auch über mich also persönliches (x) so:,

432 also nicht meine ganzen geheimnisse,
433 aber halt (.) ja,
434 oder halt (.) die leute nach was fragen,
435 oder (.) sonst irgendwas.
436 A: ok,
437 ähm: (.) was muss man deiner meinung nach machen um oder
438 was muss man posten damit man viele follower bekommt?
439 B: also im moment (.) find ICH (-) ist es wirklich das
440 essen,
441 also ich seh wirklich nur noch viele (.) accounts mit
442 essen.
443 ich seh,
444 also ich weiß nicht es liegt natürlich auch an den
445 leuten die ich abonniert hab aber auch wenn ich (.) auf
446 die suche gehe,
447 ist immer nur irgendwas mit fitness und essen.
448 A: mhm,
449 B: und:,
450 ja.
451 A: aber wie muss man das präsentieren?
452 B: (3Sek.)
453 ja immer alles glücklich,
454 und das ist toll (.) und so schön wie möglich,
455 und,
456 (1Sek.)
457 ja ich denk,
458 wenn man das (.) wochenweise plant,
459 was koch ich DA wie richt das AN und wie mach ich das
460 SCHÖN,
461 kriegt man schon um einiges schneller mehr follower aber,
462 (3Sek.)
463 ist nicht mein ziel.
464 A: ok ähm,
465 dein profil ist ja öffentlich,
466 warum hast du dich dazu entschieden dass dein profil
467 öffentlich bleibt?

468 B: also dadurch dass ich ja eigentlich fast nur essen
469 poste,
470 ist es mir eigentlich egal wer meine bilder anguckt,
471 (1,5Sek.)
472 ähm,
473 (1Sek.)
474 also (-) ich muss die vor niemand verstecken,
475 weil ich steh auch dazu,
476 A: mhm,
477 B: ähm:.
478 und so: also mich persönlich stört es manchmal wenn (.)
479 profile privat sind,
480 weil ähm (---) man dann auch nicht irgendwie schnell neue
481 profile entdeckt,
482 also ich,
483 voll oft (.) guck ich halt von DER seite auf DIE seite
484 durch irgendeinen kommentar auf die nächste seite,
485 und find dann manchmal auch ECHT schöne accounts oder die
486 mir persönlich halt gut gefallen,
487 aber wenns halt privat ist (.) dann sieht man das halt
488 nicht und dann find ichs halt schade;
489 weil man dann vielen (.) also viele gute profile auch (.)
490 bestimmt übersieht oder halt einfach nicht findet,
491 weil man halt nix angucken kann.
492 A: ähm: welche informationen findet man so auf deinem
493 profil?
494 B: (3Sek.)
495 A. also (--)
496 was es zu essen gibt,
497 oder gab;
498 und (.) so in kurzfassung was ich,
499 ob jetzt irgendwas spannendes am tag war,
500 oder (-) also ich erzähl da jetzt nicht jedes kleine
501 detail oder auch sonst nicht wirklich viele details würde
502 ich sagen.

503 aber halt (.) immer wenn ich ne klausur schreib oder mich
504 wieder aufreg oder irgendwie was blödes passiert ist,
505 wie dass mein (.) essen aus dem auto auf die straße fällt
506 und ich den ganzen tag nix zu essen dabei hab oder so also:,
507 jetzt nix irgendwie: (.) von meiner familie oder (.) von
508 meinem freund wenn wir uns streiten oder sonst irgendwas
509 also.

510 A: ähm (.) wie wichtig sind dir funktionen wie die
511 kommentarfunktion und die funktion der profilinformation auf
512 deinem profil?

513 B: also die kommentare find ich wie gesagt (.) schon wichtig,
514 weil ich das (total) (--) ähm:
515 (2Sek.)
516 auch gern hab ich finds halt schön wenn jemand einen netten
517 kommentar dalässt,
518 und die: profilfunktion,
519 also ich persönlich wenn ich auf andere profile geh und da
520 steht irgendwie GAR nichts,
521 find ich das voll schade weil ich find,
522 da oben sieht man halt auf EINen blick nochmal:,
523 wie alt (.) wie heißt sie (.) was macht sie,
524 ähm: hat sie nen blog,
525 hat sie (---) ähm ne e mail oder sonst irgendwie was.

526 A: mhm,
527 ähm: was würdest du: auf keinen fall auf instagram von dir
528 preisgeben was informationen angeht?

529 B: jetzt nur infos oder auch bilder?

530 A: infos.

531 B: (1,5Sek.)
532 ähm,
533 also ich find so GANZ persönliche dinge wie heute hab ich
534 mich mit meinem freund gestritten (-) heut war meine mama
535 blöd,
536 oder so sachen find ich gehören da eigentlich nicht
537 unbedingt hin.

538 A: wie siehts aus mit daten?

539 also sowas wie facebook ähm facebooklinks oder,
540 (--) e mail adressen oder der wohnort?
541 B: also (.) als wohnort hab ich halt ravensburg angegeben (.)
542 oder halt er vau weil das halt (.) also,
543 dass man ungefähr weiß woher ich komme aber halt,
544 ich würd jetzt niemals hier grünkraut angeben.
545 die e mail adresse hab ich auch angegeben,
546 aber das ist nicht meine private weil ich das nicht haben
547 will,
548 und mein facebook profil würd ich glaub,
549 würd ich SO auch nicht angeben weil,
550 erstens bin ich da eh nicht aktiv,
551 und zweitens
552 (2Sek.)
553 weiß nicht.
554 brauch ich nicht (.) dass,
555 die wo mich kennen,
556 die (-) wissen wie ich heiß,
557 wie ich auf facebook heiß und alles aber ansonsten braucht
558 das niemand.
559 A: ähm: ,
560 was würdest du an fotos niemals posten?
561 B: (2Sek.)
562 also erstens nacktfotos,
563 A: also das ist sowieso nicht erlaubt bei instagram.
564 B: ok. ((schmunzelt))
565 und (.) ob ichs jetzt im bikini posten würde weiß ich auch
566 nicht;
567 vielleicht dann wenn ich meine traumfigur erreicht hab,
568 aber eigentlich jetzt erstmal so,
569 (---)
570 nicht.
571 A: ja jetzt hab ich nur noch eine frage,
572 ähm: glaubst du dass du in zukunft also in den nächsten
573 jahren noch weiter bei instagram sein wirst?
574 B: also ich denk ne zeit lang auf jeden fall schon noch,

575 aber jetzt (.) das wird jetzt nicht mein lebenslänglicher
576 (.) begleiter sein,
577 nehm ich an.
578 aber,
579 (3,5Sek.)
580 keine ahnung,
581 wie sich das entwickelt,
582 aber ich denk nicht dass ich mit vierzig immer noch ein
583 instagramprofil haben will.
584 also (-) glaub ich nicht.
585 A: hast du sonst noch irgendwas was du loswerden willst du dem
586 thema?
587 B: (3Sek.)
588 nee eigentlich nicht.

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr.:	3
Aufnahmedatum:	12.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 13:00 Uhr
Länge:	00:16:24
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Luise
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 18 Jahre alt, lebt in Deutschland, hat gerade ihr Abitur abgeschlossen und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 5271 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 192 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch lief entspannt ab. Manchmal ist B aufgrund akustischer Defizite der Aufnahme nur leise zu hören, dennoch sind B's Äußerungen meistens zu verstehen.

Transkript

- 1 A: also ich fang dann mal an (.) ähm (---) wie lang bist du
2 eigentlich schon bei instagram?
3 B: hm:,
4 so zwei jahre,

5 ja.
6 A: und wie bist du dazu: gekommen es zu nutzen?
7 B: ähm: nur aus spaß (.) (wegen) ner freundin.
8 ja (.) aus langeweile eigentlich.
9 A: ähm wie viel zeit verbringst du so am tag auf instagram?
10 B: hm: nicht viel also ich glaub wenns hochkommt zwei stunden?
11 A: ok und ähm (.) und wie viel zeit verbringst du damit,
12 ähm (.) etwas für instagram zu machen,
13 was aber (.) also ohne auf instagram zu sein sowas wie (.)
14 fotos machen bilder bearbeiten und so?
15 B: ähm (--) fotos machen (--) ähm (--) also ganz
16 unterschiedlich eigentlich,
17 weil wir manchmal machen wir irgendwo fotos und die (---)
18 ähm:,
19 also es ist unregelmäßig,
20 dann mal ein tag (.) oder drei stunden fotos machen; (---)
21 oder halt zufallsfotos aber,
22 (1Sek.)
23 dann vielleicht (.) alle drei monate wenns hochkommt oder n
24 bisschen mehr sogar,
25 A. ok,
26 B: und dann bearbeiten? fünf minuten?
27 A: ok.
28 ähm (.) bearbeitest du die fotos eher auf instagram oder mit
29 anderen programmen?
30 B: nee (.)mit ner andern (---) äh afterlight ist das.
31 A: ok ähm: auf deinem letzten foto sieht man ähm (--) so n
32 produkt was du bekommen hast?
33 B: ja,
34 A: ähm (.) warum hast du das foto gepostet?
35 B: ähm (--) ja weil (---) die (.) schreiben ja dass man des
36 posten soll und dann (--) ähm (--) hab ich die zwei produkte
37 die ich bekommen hab mit nem gericht halt gepostet um zu
38 zeigen,
39 was man daraus machen kann.
40 A: ok (.) ähm: (.) wie oft in der woche postest du fotos?

41 B: alle (---) drei tage eigentlich.
42 also (--) es ist mal (.) mal alle FÜNF tage,
43 mal alle ZWEI tage oder also.
44 durchschnittlich sind es fünf.
45 A: wenn du postest ist das dann eher so spontan wenn du
46 irgendwie n foto gemacht hast und es dir gefällt du es
47 einfach hochladen willst oder ist es so dass du versuchst
48 regelmäßig zu posten?
49 B: ja es ist regelmäßig und ich achte eher darauf dass ichs so:
50 (.) am abend mach weil ich da die zeit hab.
51 A: ok (.) wenn du merkst dass du länger nichts gepostet hast,
52 hast du dann eher immer so den drang was zu posten oder ist
53 es dir egal?
54 B: ähm (--) <<schmunzelnd> kommt> ganz auf meine stimmung an,
55 (.) also (--) manchmal (---) würd ich dann schon was gerne
56 posten aber weiß dass ich jetzt keine zeit hab zum fotos
57 machen oder sowas,
58 aber dann (.) dann lass ich das auch;
59 A: mhm,
60 B: und mach dann nicht irgendwas zwanghaft (--) ja.
61 A: ok.
62 ähm wie sehen deine anderen fotos so aus? Was für ne art von
63 fotos postest du am liebsten?
64 B: am liebsten (---) ähm (--) eigentlich
65 (1Sek.)
66 unterschiedlich;
67 ähm ich hab eigentlich viel draußen,
68 und nicht nur so selfies.
69 also (.) ja (.) natürlich wirkende (--) fotos von mir,
70 und nicht so (.) extrem gestellt.
71 A: ähm (.) ist es dann eher so dass du dann eher fotos von dir
72 postest,
73 oder mit deinen freunden?
74 oder von irgendwelchen objekten,
75 von outfits,
76 oder (.) [wie siehst da bei dir aus?]

77 [nee (.) von mir (.) von mir] obwohl ich das jetzt
78 eigentlich ja nicht so (xxx) aber ja von mir.
79 A: ok (.) ähm,
80 (1Sek.)
81 machst du die fotos hauptsächlich mit deinem smartphone oder
82 benutzt du eine spiegelreflexkamera?
83 B: nee,
84 also wenn wir dann fotos machen,
85 was dann bei mir das hauptding ist dann,
86 hab ich keine eigene aber meine freundin hat eine und dann
87 machen wir es mit ner spiegelreflexkamera.
88 A: ok.
89 ähm (.) versuchst du bei deiner motivwahl auch
90 abwechslungsreich zu sein das heißt wenn du zum beispiel (.)
91 drei fotos hintereinander gepostet hast wo du drauf bist du
92 dann irgendwas anderes pos[test oder ist das dir egal?]
93 B: [ja (.) ja (.) ja.]
94 A: schon? (--) warum?
95 B: ja weil ich find (.) also (---) ich könnt jetzt zum beispiel
96 nicht andauernd irgendwelche SELfies (---) posten,
97 weil ich denke,
98 also des kommt mir dann irgendwie so selbstverliebt (---)
99 oder so selbstzentRIERT eher vor,
100 und ähm:,
101 ja der feed dieses feed sieht dann auch nicht schön aus find
102 ich.
103 A: ok.
104 was würdest du niemals auf instagram hochladen?
105 B: ähm (---) komplett bikini oder unterwäsche also des wär für
106 mich (.) überhaupt no go,
107 und (---) ähm (--) ja (.) sowas.
108 A: was denkst du von personen die sowas hochladen?
109 B: ähm (.) also die die die figur haben (.) find ich,
110 also es ist die einstellung (.) die meisten stehen dann auch
111 zu ihrem körper ich sag nicht dass ich meinen körper nicht
112 mag,

113 aber äh (---) irgendwo privatsphäre gehört für mich schon
114 dazu.
115 A: ok.
116 B: aber ich halt jetzt nichts SCHLECHtes von denen oder so,
117 (--) ich würd die jetzt nicht verabscheuen ich mein (.) mir
118 gefallen auch (.) die fotos halt das ist kein problem,
119 aber (.) ja weiß nicht da ist halt bei mir einfach ne
120 grenze.
121 A: ok.
122 wenn ein bild von dir viele likes bekommt wie fühlst du dich
123 dann?
124 B: äh (.) also,
125 als ich das vor zwei jahren angefangen hab und so meine
126 erste (.) äh (.) hundertergrenze irgendwie erreicht hab fand
127 ich des toll:.,
128 aber (---) jetzt ists nichts mehr also GAR nichts
129 besonderes.
130 A: und wenn n bild von dir nicht so viele likes bekommt? wie
131 gehts dir dann?
132 B: ähm,
133 (--) keine ahnung (--) ähm also nicht SCHLECHT oder so,
134 also ich würd das auch nicht rausnehmen,
135 (---) also ich würds lassen.
136 A: ok
137 B: (x) egal.
138 A: du hast ja gesagt dass du hundertzweiundneunzig personen
139 folgst (--) ähm;
140 B: mhm,
141 A: wenn du jetzt so da drüber nachdenkst wem du so folgst ähm,
142 (---) was sind da so die gründe warum du den personen
143 folgst?
144 B: also meistens sinds irgendwie so (--) sommer (-) also es
145 sind nicht so (.) private personen eher so seiten,
146 von sommerbildern oder (-) wo es einfach (.) keine ahnung es
147 gibt auch so ne seite mit ESSENSbildern wo es einfach
148 ästhetisch aussieht und schön aussieht,

149 oder (.) halt (.) menschen die ich halt besonders schön
150 finde und der ihr style cool ist,
151 dann (.) folg ich denen halt auch.
152 A: ähm wie viele der personen denen du folgst kennst du so
153 schätzungsweise (.) persönlich?
154 B: mhh, (--)
155 äh schätzungsweise? so drei oder so? vier?
156 A: ok ähm,
157 und gibt es auch (.) zum beispiel leute denen du folgst weil
158 sie dir folgen?
159 B: nein, (.)
160 mh mh.
161 A: ok ähm,
162 (-) jetzt ähm (-) denk mal über deine facebooknutzung nach,
163 wenn du darüber nachdenkst was du so teilst,
164 also grad was fotos angeht,
165 (.) ähm was sind da so die größten unterschiede zu den fotos
166 auf instagram?
167 B: also bei (.) facebook war es so da hab ich halt mal ein
168 profilbild gewechselt aber halt auch nicht DAUERhaft,
169 fotos ohne grund hab ich nie hochgeladen,
170 also halt nur so profil oder titelbild,
171 (-) und: (-) ähm (.) ja das halt jetzt halt auch aufgehört,
172 also weil des ne situation ist (xx) gar nicht aktiv,
173 nur halt irgendwelche gruppen.
174 A: ist es weil du jetzt instagram hast?
175 B: ne ich weiß nicht,
176 ich glaub also ich merk es dass in (.) meinem jahrgang zum
177 beispiel keiner wirklich facebook nutzt.
178 A: was glaubst du was der grund dafür ist?
179 B: hm, keine,
180 ich glaub dass es,
181 es war mal COOL und dann ist es wieder uncooler geworden
182 weil es dann alle hatten und man hat ja jetzt auch whatsapp
183 dann,
184 also früher hat man halt in facebook mehr geschattet,

185 und jetzt hat man halt whatsapp dann,
186 früher hat man halt über facebook mehr gechattet,
187 und jetzt hat man hat whatsapp und ich glaub dann das
188 whatsapp hat dann irgendwie facebook abgelöst.

189 A: ähm, wenn du jetzt eins deiner profile löschen müsstest,
190 entweder instagram oder facebook welches wäre es?

191 B: facebook

192 A: ok (-) warum?

193 B: ähm (-) weil ich des halt nicht nutze,
194 also (.) ich hab ja keinen wirklichen zugang.
195 ich bin da manchmal und guck da meine startseite durch,
196 (--) ja und das wars.

197 A: ok (-) ähm, jetzt zu deinen followern du hast ja gesagt dass
198 du fünftausendzweihunderteinundsiebzig follower hast?

199 B: mhm,

200 A: wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
201 folgen?

202 B: ähm, ich find mittlerweile, also äh (.) es ist auch (x),
203 als ich meine dreitausender grenze hatte,
204 fand ichs COOL,
205 und dann, wurde es irgendwie so zur gewohnheit.
206 also es ist mittlerweile find ichs nicht mehr besonders wenn
207 leute sagen ja du hast viele follower also dann (.) sag ich
208 ach quatsch;
209 (.) es gibt halt mehr und dann, (--) orientiert man sich an
210 den höheren,
211 aber ich finds halt wirklich nicht mehr besonders.

212 A: ähm, was glaubst du oder was schätzt du,
213 wie viele der personen die dir folgen dich persönlich
214 kennen?

215 B: hm, ich glaub ein paar mehr; weil das jüngere sind auch;

216 A: ungefähr so?

217 B: ähm: zehn.
218 nee, bisschen mehr; zwanzig, glaub ich.

219 A: ok.

220 ähm, beeinflusst dich die zahl deiner follower beim posten
221 von fotos?
222 B: (---) ähm, (--) nee.
223 obwohl, ich glaub also ganz am anfang hab ich,
224 hab ich eher nicht so drauf geachtet wie die aussehen und
225 hab mal auch nicht so auf meinen feed drauf geachtet,
226 aber:, (-) ja jetzt acht ich schon dass es schön aussieht
227 aber:, (.)
228 ich glaub nicht dass das an meiner followerzahl liegt.
229 A: weshalb glaubst du dass dir so viele personen folgen?
230 Also was glaubst du was der grund ist warum dir so viele
231 personen folgen?
232 B: weiß,
233 also keine ahnung, also weiß nicht.
234 vielleicht weil sie vielleicht weil sie (.) <<schmunzelnd
235 mich schön finden?> aber oder mein feed,
236 aber (---) ja,
237 (1Sek.)
238 also was ich halt merke sind halt viel jüngere dabei:
239 A: mhm,
240 B: und: ähm, ja vielleicht,
241 ja ähm ehrlich gesagt weiß ich nicht hab ich mich auch schon
242 <<schmunzelnd> mal gefragt>
243 A: ok.
244 ähm, wie wichtig sind dir viele follower?
245 B: ähm,
246 also jetzt nicht wichtig, aber ich find; (--)
247 also an manchen tagen find ichs cool,
248 und, aber, so nicht dass mir jetzt irgendeiner sagen würde
249 du musst dein instagram löschen, würd ichs auch machen
250 A: ok.
251 hättest du gerne noch mehr follower?
252 B: joa.
253 A: was wäre so dein,
254 deine wunschanzahl?
255 B: zehntausend.

256 A: ok.
257 versuchst du auch irgendwie diese zahl zu erreichen?
258 B: hm
259 A: hast du da bestimmte taktiken oder,
260 B: mh mh.
261 A: gar nicht?
262 B: mh mh.
263 A: was glaubst du was MUSS man machen damit man viele follower
264 bekommt?
265 B: ich glaub man muss ähm: (--)
266 also man muss versuchen auf diese,
267 diese äh deutschland's schönheiten oder solche diese seiten
268 zu kommen, (--)
269 oder auf andere seiten die halt ganz viele follower haben
270 und dann (--) posten die dein bild und dann kriegst du halt
271 die follower;
272 A: mhm, und wie
273 B: oder du musst halt,
274 du musst eigentlich viele bilder posten, und auch vielleicht
275 mehr von deinem lifestyle und sowas dann.
276 A: mhm, was
277 B: (um da irgendwie die leute zu beeinflussen, oder überzeugen
278 dir zu folgen)
279 A: und wie kann man sowas machen deiner meinung nach?
280 B: ähm;
281 MEHR posten und mehr vom lifestyle?
282 A: sowas was die ästhetik angeht, glaubst du dass man (.) mit
283 handybildern da auskommt oder glaubst du man muss vielleicht
284 [(xxxxx?)]
285 B: [nee, nee nee eigentlich] glaub ich nicht,
286 eigentlich muss man wenn dann schon irgendwie mit spiegel
287 (.) reflex (.) bildern arbeiten,
288 und dann halt auch, (--)
289 also keine ahnung naturbilder, das was man isst, mehr
290 stylebilder, vom zimmer irgendwelche detailbilder oder
291 irgendwie, mit, ja genau sowas.

292 A: ja
293 B: die aber halt auch professionell aussehen.
294 also mit dem handy kommst dann halt irgendwann (.) an die
295 grenzen.
296 A: ok. es gibt ja auch neben der tatsache dass man mit seinen
297 fotos mehr follower erreichen kann auch andere taktiken wie
298 zum beispiel hashtags follow for follow oder (.) solche
299 sachen; ähm
300 B: mach ich nicht.
301 A: sowas machst du gar nicht oder?
302 B: mh mh.
303 A: hast du das früher gemacht [als du weniger follower
304 hattest?]
305 B: [ja.]
306 ja also ganz am anfang (--)
307 ähm da, aber, ich glaub da hatte ich dann fünfhundert
308 follower und dann fand ichs halt irgendwann affig und dann
309 hab ich,
310 dann hab ichs gelassen.
311 A: was hast du genau gemacht?
312 B: äh ich hab,
313 ich hab irgendwelche (.) hashtags,
314 ich hab das bei anderen mädchen oder bei anderen (.) äh
315 usern dann gesehen (--)
316 und: ja, dann hab ich das übernommen.
317 so, und dann standen die unter meinem bild.
318 A: ok.
319 so jetzt noch zu einem anderen thema und zwar dein profil
320 ist ja öffentlich,
321 B: ja.
322 A: ähm warum hast du dich dafür entschieden dass dein profil
323 öffentlich bleibt?
324 B: ähm:, hm. (--)
325 also ich hab halt gedacht (.) wenn, also leute, (--)
326 die mein, (.)
327 also bei mir ist es so, ich kontro, was heißt kontrollier,

328 aber ich schau mir leute an, die meine bilder liken und ich
329 schau mir auch die an die mir folgen,
330 A: mhm,
331 B: und wenn mir da welche komisch vorkommen dann block ich die
332 auch,
333 also ich hab eine relativ große liste an geblockten leuten,
334 (.) und, ähm, ja keine ahnung ich finds halt, (--)
335 wenn sie mich anfragen, (--)
336 also ich seh da halt nicht einen großen unterschied wenn
337 dann hundert leute mir folgen, die nur MICH sehen können,
338 (.) und ich aber anderen die zum beispiel auf meine bilder
339 gehen auch blocken kann,
340 das macht für mich kein großer unterschied;
341 meine bilder sind jetzt auch nicht irgendwie so krass
342 priVAT: dass ich jetzt sagen würde ja ok das dürfen NUR
343 bestimmte leute sehen;
344 weil wenn, wenn ich mich dafür entscheiden werden MÜSste,
345 dann würdens halt zwanzig leute sehen dürfen,
346 A: mhm,
347 B: dann müsst ich auch gar nicht auf instagram sein oder die
348 kennen mich halt auch irgendwie SO; (.)
349 ja.
350 A: was ist dein kriterium dafür wen du,
351 also dass du jemanden blockst?
352 B: ähm, (-)
353 wenn die mir komisch vorkommen also keine ahnung ältere
354 männer zum beispiel find ich, (-)
355 die werden meistens geblockt;
356 oder (.) so: kleinere jungs die dann halt auch so komisch
357 kommentieren,
358 A: mhm,
359 B: also, was einfach für ihr alter nicht ok ist.
360 ja und irgendwelche belästigungen,
361 also NICHT, ich hab jetzt keinen vorfall gehabt dass jetzt
362 irgendeiner einen blöden kommentar oder so (.)unter mein
363 bild gepostet hat, das hatte ich noch nicht, (.)

364 aber wenn mir halt welche (.) schreiben bei insta direkt und
365 ich sage ja ich WILL kein kontakt und DANN,
366 und die dann nicht aufhören dann werden die halt (x)
367 geblockt.

368 A: ok.
369 welche informationen kann man von dir auf deinem profil
370 finden?

371 B: ja ich glaube, ähm:, (2Sek.)
372 hm:, (-)
373 ja, (.) dass ich (.) sport mache, sport interessieren,

374 A: du kannst gern auf dein profil schauen;
375 also auf dein handy.

376 B: ja ich muss nochmal kurz gucken.
377 (2 Sek.)
378 ähm:
379 (5Sek.)
380 ja, ich würd sagen dass ich m fröhlicher mensch bin,
381 (1 Sek.)
382 und ja, sport (.) sportlich interessiert bin.
383 aber so:, MEHR kann man glaub ich gar nicht auf meinem
384 profil lesen.

385 A: und wie siehts aus mit daten?
386 sowas wie dein name, wohnort, irgendwelche links, e mail
387 adressen?

388 B: also äh: ja e mail adressen hab ich angegeben für diese
389 ganzen kooperationen,

390 A: mhm,
391 B: ähm mein name kann man nur mein,
392 achso ne;
393 kann man meinen ganzen namen? ähm (.) herausfinden, aufgrund
394 meines instagramnamens,

395 A: mhm,
396 B: und dann hab ich noch meine ask ef em seite dort verlinkt,
397 (.)
398 und mehr eigentlich nicht.

399 doch, also manche fragen mich ja wie alt ich bin und wie
400 groß ich bin wenn man jetzt die kommentare durchlesen würde
401 dann würde man das auch (--) herausfinden;
402 und dass ich in berlin wohne würden die wahrscheinlich auch
403 herausfinden.

404 A: ähm (.) welche art von informationen (.) also aus dem
405 segment würdest du niemals posten, (--)
406 oder veröffentlichen?

407 B: ähm, familie, sowas (.) handynummer,
408 (1,5 Sek.)
409 also, ich mein, also, es kommt dann immer drauf an wenn
410 wenn, also zum beispiel jetzt wenn du mich jetzt interviewst
411 dann, (--)
412 denk ich halt schon also;
413 keine ahnung, da muss halt irgendwie: ein gefühl da sein ob
414 man das jetzt machen kann vertrauen kann oder halt nicht,

415 A: mhm,

416 B: ähm (--)
417 ja sowas wie handynummer und: (2Sek.) so würd ich nicht
418 rausgeben über meine familie auch nicht fotos (--) würd ich
419 da nicht posten es sei denn oder halt auch nicht von den
420 freunden die zum beispiel,
421 von denen ich weiß dass die es nicht mögen im internet
422 irgendwie bilder zu haben, (--)
423 ja.

424 A: ok.
425 ähm, jetzt hab ich noch eine frage;
426 und zwar glaubst du du wirst instagram in den nächsten
427 jahren noch weiterhin nutzen?

428 B: ähm, (--)
429 ja in den nächsten jahren auf jeden fall aber ich hab mir
430 vorgenommen dann sobald ich dann ne familie oder sowas hab
431 dass ich das dann lösche;
432 es SEI denn ich hab mich zu irgendeiner (-) BLOGgerin aber
433 davon geh ich nicht aus, entwickelt, ja.

434 aber da ich, da ich auf jeden fall nicht in diese (x xxx)
435 richtung gehen werde w, will ich dann irgendwann meinen
436 account löschen.

437 A: ähm, und warum?

438 B: ich find irgendwann hörts halt auf, dann ist man halt,
439 für die blogger find ich das total verständlich auch wenn
440 man ne marke hat und dort seine (--) produkte präsentiert
441 das ist auf jeden fall ne gute möglichkeit aber wenn icg
442 dann (--) familie habe, seh ich (--) für mich dann keinen
443 grund mehr die zeit dort zu verbringen sondern will die dann
444 eher in meine familie stecken.

445 A: gut ähm,
446 hast du vielleicht noch irgendwas was du loswerden möchtest
447 du dem thema?

448 B: ich find ähm: (.) dass (.) KLEINere kinder da jetzt relativ
449 offen und viel vor allen dingen auf instagram sind und auch
450 viele bilder posten;
451 ich weiß auch nicht ob es schlecht ist oder gut ist aber ich
452 hab da verschiedene erfahrungen gemacht.

453 A: kleine kinder in welchem alter?

454 B: dreizehn zwölf zehn so.

455 A: ok.

456 B: aber es liegt halt auch daran dass alle jetzt ein smartphone
457 haben also von daher, keine ahnung.
458 ich weiß da nicht was meine position ist aber das ist mir
459 halt mal aufgefallen.

460 A: gut.

461 dank bedanke ich mich für das gespräch.

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr.:	4
Aufnahmedatum:	12.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 15:00 Uhr
Länge:	00:21:49
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Jette
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 20 Jahre alt, lebt in Deutschland, hat gerade ihr Abitur abgeschlossen und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 10,100 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 377 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch lief entspannt ab. B antwortete meist sehr ausführlich.

Transkript

- 1 A: und: dann gehts gleich los.
2 so ähm, wie lang bist du eigentlich schon bei instagram?
3 B: (---)
4 ja:, also ich hab da: mich recht früh angemeldet,
5 als es so nach deutschland kam;
6 eigentlich direkt danach als es so in amerika berühmt war;

7 so: also als ich vierzehn war, das heißt vor vier jahren;
8 ich denk mal das war so zweitausendzehn.
9 A: mhm, ja, das gibt es ungefähr seit zweitausendzehn.
10 genau;
11 wie wie kamst du zu instagram?
12 B: (--) ähm durch meine (.) cousine die das aus amerika kannte,
13 also die ist auch amerikanerin,
14 und deswegen ähm hat sie dann zu mir gesagt ja du musst dich
15 da unbedingt anmelden das total cool und ja.
16 A: da du ja so lang dabei bist ist es grad interessant zu
17 fragen was äh sich deiner meinung nach am (.) ehesten
18 verändert hat in fünf jahren instagram?
19 B: ähm: also ich würd sagen auf jeden fall (.) dieses instagram
20 di direkt,
21 also dass man auch schreiben kann und nicht nur (.)
22 kommentieren und bilder posten,
23 A: mhm,
24 B: und generell würd ich sagen dass ich (.) dadurch auch viele
25 kontakte so knüpfen, (.)
26 also das war wahrscheinlich früher auch nicht so,
27 das halt (.) ähm ja untereinander sozusagen fast schon
28 freundschaften entstehen und man halt irgendwie so neue
29 leute kennenlernen kann und, (---)
30 ja das würd ich sagen hat sich am meisten verändert
31 eigentlich.
32 A: ok, ähm (.) wenn du jetzt so drüber nachdenkst,
33 wie wie sehr du dich damit beschäftigst also mit instagram
34 wie viel äh zeit verbringst du so auf instagram?
35 B: täglich oder?
36 A: ja äh also (--) je nach dem eigentlich wöchentlich,
37 aber wenn du oft dabei bist kannst du auch antworten wie oft
38 du in der stunde (--) in instagram bist.
39 B: ähm, also täglich auf jeden FALL.
40 stündlich würd ich jetzt nicht sagen,

41 halt meistens so morgens nach dem aufstehen einmal so
42 durchscrollen und (x) mal so schauen was es so neues (x)
43 neues gepostet wird,
44 und ähm:,
45 ja abends dann auch noch mal und DA post ich dann selbst
46 auch meistens bilder.
47 A: warum genau abends?
48 B: (--) ähm weil <<lachend> da am meisten online sind.>
49 A: und dann (.) kriegst du am meisten (.) feedback und likes?
50 [oder?]
51 B: [ja;] (--)
52 also nehm ich mal an.
53 A: mhm.
54 B: weil wenn ich jetzt ähm: morgens um elf oder so was poste
55 sind die meisten ja in der schule:,
56 weil ich ja auch viele JUNge follower hab,
57 und, (-) ja dann sehen das ja nicht so viele und (--) joa.
58 A: ok, ähm,
59 wie viel zeit verbringt du außerhalb von instagram für
60 instagram das heißt für fotos für bearbeitung für fotos und
61 so?
62 B: oh da würd ich sagen da verbring ich <<lachend> sehr VIEL
63 zeit,>
64 äh: da ich ja auch gerne fotos mache,
65 aber auch nicht täglich also das kommt immer drauf an mal:
66 sind dann an einem tag vielleicht irgendwie vier stunden
67 oder so: und mal an einem tag garnicht,
68 A: ähm, gibt es auch
69 B: in der woche vielleicht ein tag <<lachend> oder so,>
70 A: gibt es vielleicht auch fotos die du (.) also wenn du fotos
71 machst,
72 machst du die dann einfach so?
73 oder machst du die dann extra für instagram?
74 B: also eigentlich mach ich sie einfach so:,

75 aber wenn (.) bei shootings oder so zum beispiel ein schönes
76 bild entsteht dann denk ich (.) schon auch so direkt daran
77 oh das könnt man ja auf instagram posten.
78 A: mhm, ok.
79 bearbeitest du deine fotos mit ähm instagram oder mit
80 anderen apps?
81 B: hm: beides.
82 kommt drauf an.
83 je nachdem wie hell oder dunkel das bild schon von anfang
84 an ist:,
85 also wenns recht hell schon ist,
86 reichs meistens nur mit instagram,
87 und wenn dann noch viel gemacht werden muss dann auch mit
88 anderen apps.
89 A: mhm,
90 auf deinem letzten foto sieht man ja (.) dich mit einem, (.)
91 mit einem typ drauf,
92 ihr habt euch so ein bisschen hipstermäßig angezogenm
93 ähm,
94 B: ((lacht))
95 A: warum hast du genau das bild gepostet?
96 B: ähm, also ich mach ja grad mein abi,
97 und: ich wollt einfach so ein bisschen von der zeit quasi
98 posten,
99 also wir machen ja grad die mottowoche,
100 wo wir halt verkleidet in die schule gehen und, (--)
101 ja das ist halt auch sehr amüsan weil man ja sonst nicht so
102 rumläuft: und (-) ich fand die bilder halt total schön weil
103 wir da ganz anders aussehen und ja das wollt ich einfach so
104 bisschen mit freunden und (-) andere leuten teilen.
105 A: ok, ähm wie oft in der woche postest du so?
106 B: (---)
107 also ich würd sagen so ein,
108 ein bis zwei mal (--) momentan eher einmal?
109 A: ist das dann eher so dass du ein foto machst und sagst ah ok
110 cool das will ich da posten oder ist das so dass du

111 vielleicht auch ein bisschen überlegst in ((räuspert sich))
112 in welchem zeitabstand du postest und es (.) so bisschen
113 strukturierter machst?
114 B: ja <<schmunzelnd> also ich mach das sehr strukturiert um
115 ehrlich zu sein,> ähm,
116 ich schreib mir auch öfters auf,
117 wenn ich ein bild ganz gut finde das will ich dann
118 irgendWANN posten,
119 dass ich nicht wirklich direkt TÄGlich eins poste,
120 und dann (---) ganz viele bilder hintereinander hab sondern
121 dass ich das immer so: also meistens post ich dienstags was,
122 und dann nochmal: am wochenende samstags oder sonntags,
123 und dann wieder die woche drauf halt.
124 A: ok.
125 und du merkst dass du lange nix gepostet hast hast du dann
126 den drang (.) etwas zu posten?
127 B: ja ((lacht))
128 A: auch wenn du [zum beispiel]
129 B: <<lachend>[um ehrlich zu] sein schon ja (.) irgendwie.>
130 A: was machst du dann wenn du zum beispiel kein foto hast,
131 was was du gerade posten könntest machst du dann extra ein
132 foto?
133 B: nee.
134 also ich hab generell so viel bilder dass (.) ich eigentlich
135 immer eins zur verfügung hätte,
136 auch halt von, weil ich die shootings mache,
137 und dann da (.) eigentlich immer ein bild hab was ich posten
138 posten könnte wenn ich wollte also.
139 A: ok öhm wenn man sich jetzt mal so dein profil anschauen
140 würde was würde man da (-) häufig finden welche motive?
141 B: (---)
142 ähm: also ich würd sagen: man findet viel (.) so: (.)
143 shootingbilder,
144 aber mittlerweile auch mit freunden halt viele bilder oder:
145 ähm vom urlaub.
146 A: ok ähm, wie ist es so mit der bearbeitung,

147 versuchst du dass alles einheitlich aussieht,
148 folgst du da ähm irgendeinem bestimmten farbschema,
149 oder eher nicht?
150 B: also ich nehm eigentlich,
151 also wenn ich mit instagram bearbeite,
152 meistens dieses valencia,
153 (---)
154 und: ja alles eher in so helleren farben; (--)
155 nicht so mega abgespaced also nicht so komplett übertrieben
156 bearbeitet,
157 so was auch kontrast angeht,
158 sondern (--) ja eher so bisschen schlicht gehalten.
159 A: ok.
160 ähm:: machst du deine fotos hauptsächlich mit deinem handy
161 oder benutzt du eher die spiegelreflexkamera?
162 B: beides.
163 aber ich würd sagen mehr die spiegelreflex.
164 A: mhm.
165 wegen der qualität?
166 B: ja genau.
167 A: ok, ähm.
168 versuchst du zum beispiel wenn du jetzt merkst du hast
169 irgendwie drei bilder von dir gepostet,
170 dass du dann irgendwas postest was dann nicht nochmal dich
171 zeigt oder ist es dir egal?
172 B: ja;
173 also früher hab ich nicht so darauf geachtet aber
174 mittlerweile viel mehr also dass ich auch mal ne landschaft
175 oder so mit rein mach,
176 oder: jetzt post ich halt noch mehr mit freunden,
177 wenns schöne bilder gibt dass das halt nicht so arrogant und
178 eingebildet rüberkommt wenn man so viele bilder von sich
179 selbst postet.
180 A: ähm gibt es irgendwas was du niemals posten würdest?
181 B: ähm: also ich find bikinibilder sind so grad grenze,

182 und da kommts halt auch drauf an wie das foto ist also ob es
183 eher professionell ist und von der seite vielleicht,
184 wo man nicht so VIEL sieht,
185 anstatt jetzt so komplett von vorne,
186 wo man auf den ausschnitt stark sieht und sowas ähm,
187 das find ich ist in ordnung,
188 solange es halt eben ein bisschen stil hat und auch schön
189 aussieht,
190 aber (.) was ich nie posten würde wär auf jeden fall ähm:
191 unterwäsche oder nacktbilder oder sowas in der art,
192 also, oder: total betrunkene partybilder: oder sowas halt.
193 A: und warum?
194 B: ähm,
195 ja weil erstens find ich ist es so: die privatsphäre das
196 geht nicht jeden was an,
197 und zweitens: (-) möcht ich so bilder nicht machen,
198 und: will sie WENN ich so bilder machen WÜRde,
199 auch nicht (.) jedem zeigen.
200 A: ok.
201 ähm:,
202 wenn du so drüber nachdenkst,
203 wenn ein bild von dir (.) ziemlich viele likes bekommt wie
204 fühlst du dich da?
205 B: ähm also es gibt natürlich positives feedback,
206 äh und man fühlt sich schon irgendwie schon GUT weil (-) man
207 einfach so:: die anerkennung bekommt,
208 und auch weiß dass den leuten das eben gefällt,
209 und: ähm (-) ja aber trotzdem find ich halt dass (.) man
210 sich jetzt nicht also likes bringen einem ja nichts,
211 das macht einen nicht SCHÖner nicht BESser nicht sonst was
212 also:,
213 ist einfach ein schönes gefühl aber das wars auch.
214 A: und wenn ein bild von dir nicht so viele likes bekommt?
215 B: (--)
216 ähm, joa,
217 dann mach ich mir eigentlich AUCH wenig draus;

218 und lass es trotzdem drin weil ich selbst (.) das dann ja
219 auch schön finde und ja (-) andere leute auch zumindest ein
220 paar halt schön finden.

221 A: ok.
222 ähm du also wir haben ja vorher festgestellt dass du
223 dreihundertsiebenundsiebzig personen abonniert hast,
224 ähm aus welchen gründen folgst du den personen?

225 B: hm:,
226 also meistens so weil das inspirationen sind,
227 weil ich die bilder mega schön finde und mir einfach (.)
228 gerne die bilder auch anschau,
229 und die auch sehr professionell gemacht sind,
230 oder halt vor allem FREUNDen,
231 um einfach auch ein bisschen von denen was mitzubekommen:,
232 was die so in ihrer freizeit machen,
233 und: joa.

234 A: ähm:.
235 machst du auch sowas wie follow for follow?

236 B: (--)
237 ähm nee das mach ich gar nicht.

238 A: auch bei profilen die sehr viele follower haben?

239 B: ja auch da.
240 also weil: ja nee <<schmunzelnd> ja mach ich nicht.>
241 das bringt einem ja nicht viel (.) wenn man einem followed,
242 und der followed zurück also,
243 ((lacht))

244 A: was hältst du davon dass leute sowas machen?

245 B: ähm;;
246 joa ähm (-) ist dann quasi deren sache,
247 also: (-) ich versteh nicht ganz den sinn weil es ist dann
248 nur einer mehr,
249 ähm aber ja die diejenigen die es machen <<lachend> können
250 es ja gern weiter machen.>

251 A: gut.
252 wenn du so darüber nachdenkst äh was du so auf facebook
253 teilst also sowas wie fotos insbesondere,

254 was sind da so die größten unterschiede zu fotos auf
255 instagram?

256 B: äh:,
257 also bei facebook bin ich also überlegt man mehr was man
258 reinstellt also dass es,
259 eher so sag ich mal NOCH professionellere bilder sind: äh,
260 weil auf facebook ja jeder einen eben so finden kann auch
261 gerade wenn man (.) irgendwie arbeiten oder da sich bewirbt
262 da wird ja schnell mal so bei facebook geschaut;

263 A: mhm.

264 B: und bei instagram ist es halt (.) einfach noch mal bisschen
265 so: ähm, ja (.) offizieller also man stellt viel mehr rein
266 und macht auch öfter mal schnappschüsse oder sowas also:,
267 ja ich find da TEILT man einfach mehr als bei facebook.

268 A: warum glaubst du dass man: (.) dass also dass es in: bei
269 facebook insgesamt anders ist als in instagram?

270 B: also erstmal glaub ich dass facebook mittlerweile relativ
271 abgebaut hat was so: die: äh die onlinezahlen oder so
272 angeht,
273 also dass es nicht mehr so: bekannt ist oder (x) bekannt
274 schon aber (.) dass die leute eher ja in instagram online
275 sind und (-) der unterschied ist dann natürlich auch dass
276 man (.) bei facebook auch oft (.) ganz viel schwachsinn auf
277 der startseite hat,
278 und bei instagram eben nur das was man sehen möchte.

279 A: mhm wenn du dich jetzt entscheiden müsstest entweder dein
280 facebookprofil oder dein instagramprofil zu löschen welches
281 wäre es dann?

282 B: facebook ((lacht))

283 A: und warum?

284 B: ähm:,
285 ja weil bei instagram (.) man mittlerweile irgendwie viel
286 MEHR findet und ähm;
287 ja ich find facebook ist mittlerweile so ein bisschen
288 ausgestorben:,

289 und: die wichtigsten leute hat man auch (.) irgendwie (.)
290 auf dem handy also bei whatsapp oder sonst was und (.) das
291 reicht.
292 A: wenn jetzt (.) also wenn sich jetzt jemand dein
293 instagramprofil und dein facebookprofil anschauen würde: ähm
294 und dich nicht kennen würde,
295 wo würde er eher die wahre jette sehen?
296 B: ähm::,
297 ja ich würd sagen EIgentlich bei instagram.
298 A: weil?
299 B: also weil (.) bei facebook ähm: (--) post ich nicht mehr
300 viel: und auch also grad was bilder angeht hab ich da nicht
301 so viel drin, (.)
302 und deswegen bekommt man da auch nicht so viel über mich
303 heraus,
304 und (-) ja: erkennt dann halt quasi nicht so die wahre jette
305 sondern eher in instagram wo ich halt viel mehr von (-) MIR
306 so als person erzÄHle und mehr preisgebe.
307 A: ähm (-) welche informationen findet man so auf deinem
308 profil? (.) in instagram.
309 B: also NICHT beSONders viele,
310 ich hab ja oben meine beschreibung nur sehr kurz gehalten,
311 generell dass ich halt in deutschland wohne aber halt auch
312 nicht genau WO weil das find ich auch (.) zu privat,
313 und: ähm: <<schmunzelnd> ja was steht da noch?
314 gute frage achso ja ich glaub>
315 A: [du kannst ruhig auf dein handy gucken wenn du willst]
316 B: [xx ((lacht))]
317 ja also dass ich mich bedanke dass die leute mir eben folgen
318 und: ja dass ich single bin,
319 ähm das hab ich aber auch erst seit kurzem,
320 oder also seit (.) noch nicht so lange::; (-)
321 und: (.) ähm,
322 ja generell wenn dann schreib ich eher unter die bilder so: ,
323 was über mich also dass ich grad abi mach und ja: dass ich
324 vor ner wichtigen PRÜfung steh,

325 und was ich in meiner freizeit mach und so weiter.
326 A: ähm:,
327 welche informationen würdest du außer der heimatstadt was du
328 grad eben schon gesagt hast (.) eher nicht auf instagram
329 veröffentlichen?
330 B: ja also auf jeden fall ähm: ja gesagt wohnort adresse,
331 meine handynummer würd ich auch auf keinen fall äh
332 freigeben;
333 ich hab halt jetzt meine email adresse damit auch firmen
334 oder:
335 irgendwelche: kleinen accounts auf mich zugehen können und
336 kontakt zu mir knüpfen können weil es schreiben ja auch
337 nicht viele leute emais <<lachend> also> da: hab ich einfach
338 die möglichkeit dass leute ähm kontakt zu mir aufnehmen
339 können,
340 ähm: ja was würd ich NOCH nicht preisgeben?
341 ich glaub das wars eigentlich; ((lacht))
342 A: ok,
343 ähm: ja du hast ja (.) sehr viele follower,
344 du hast zehntausenddreihundert das kann ich zumindest so
345 sehen,
346 ähm: und: wie ist es eigentlich siehst du eigentlich die
347 genaue anzahl der follower? (xxx)
348 B: ähm: nee ich hab auch nur zehn komma drei da stehen,
349 also:
350 A: das war ja früher anders.
351 B: das war ja früher anders genau, aber (---)
352 A: egal, [jedenfalls]
353 B: [ich war zwar schon mal vor den dreizehn] aber da
354 wurden ja alle so aussortiert [diese ghostfollower]
355 A: [achso ja genau (xxx)]
356 ok.
357 ja auch jeden fall hast du aber jetzt zehntausenddreihundert
358 echte follower ((lacht)) ähm:,
359 B: <<schmunzelnd> ja genau;>

360 A: und wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
361 folgen?
362 B: ähm also ja man fühlt sich irgendwie SCHON ein stück so: (-)
363 ähm, ja gut: kann man sagen,
364 also weil man einfach sieht dass irgendwie viele leute auf
365 einen aufmerksam werden,
366 und auch die bilder natürlich mögen,
367 a:ber ich seh das ganze eigentlich so dass ich da jetzt
368 nicht abhebe oder irgendwie nen höhenflug mach,
369 weil ich finde eben (.) follower sind follower,
370 und ob ich jetzt hundert habe (.) oder zwanzigtausend,
371 das ist MIR persönlich jetzt nicht so wichtig,
372 klar es ist schön so die anerkennung zu sehen,
373 aber (.) letztendlich kann man sich von diesen followern ja
374 nichts kaufen,
375 also (.) die sind halt da (.) es ist schön dass sie da sind,
376 aber (---) ja ich wär jetzt auch nicht traurig
377 <<schmunzelnd> wenn die alle weg wären oder so.>
378 A: ähm,
379 beeinflusst dich die zahl deiner follower bei dem verhalten
380 was posten und sowas angeht?
381 B: ähm:: (.) ja vielleicht in dem sinne dass ich eben NICHT so
382 mega (---) ja ich sag mal so HÄSSliche bilder poste also mal
383 eben (.) keine ahnung von meiner sonnenbrille ein foto mach
384 und es einfach mal reinstell sondern dass ich mir da (.) in
385 dem sinne schon mühe geb (.) WAS ich da poste,
386 dass ich das schön beARbeite oder dass ich (.) äh ein
387 schönes bild eben nehme was mir auch persönlich gefällt;
388 und (.) ja,
389 das würd ich sagen beeinflusst mich vielleicht ein bisschen.
390 A: ähm wenn du dir so überlegst ähm also ich mein in facebook
391 kennt man ja die meisten leute ja meistens oder oft auch
392 alle die man in der liste hat,
393 wie ist es bei deinen followern was glaubst du wie viele von
394 denen du persönlich kennst?

395 B: ähm also persönlich würd ich sagen kenn ich von den zehn
396 komma drei (.) genau die dreihundert,
397 ungefähr,
398 A: mhm.
399 B: äh:, weil wir halt auch ne große schule sind,
400 und: da kennt man sich halt (.) untereinander,
401 ah da würd ich vielleicht sagen fast noch mehr also
402 fünfhundert,
403 A: ok.
404 B: aber den rest den kenn ich nicht weil es kommen ja von allen
405 möglichen seiten alle möglichen leute auf dein profil und (-
406) joa.
407 A: öhm von den leuten die du abonniert hast wie viele von denen
408 von denen kennst du ungefähr da?
409 B: ähm:,
410 ich würd sagen achtundsiebzig? ((lacht))
411 A: ((lacht)) witzig, wie kommst du auf diese zahl?
412 B: ((lacht)) ja weil ich denk mir so dreihundert kenn ich glaub
413 ich nicht und achtundsiebzig vielleicht schon,
414 also vielleicht sind es auch nur fünfzig aber (.) so um den
415 dreh.
416 A: ok,
417 ähm: (-) ähm ja noch mal zum thema viele follower haben,
418 ähm was muss man deiner meinung nach posten oder wie muss
419 man sein instagramprofil pflegen damit man viele follower
420 bekommt?
421 B: al:so ähm erstmal (.) muss man natürlich bilder machen die
422 leute auch ansprechen,
423 also das heißt (.) man kann jetzt nicht die vergammelten
424 fußballschuhe fotografieren und sie online stellen und dann
425 irgendwie öh erwarten dass leute das liken,
426 es sei denn das ist vielleicht von messi oder sonst wem,
427 aber ähm (---) ja also was ich persönlich immer wichtig
428 finde sind so FRÖHliche bilder: und auch zum beispiel von
429 der landschaft mal: schöne bilder,
430 also so richtige fotografie sag ich mal;

431 und auch dass man eben häufiger was postet weil,
432 wenn jetzt leute irgendwie (1Sek.) nach drei monaten mal
433 wieder ein bild posten dann ist man gelangweilt und will
434 demjenigen nicht folgen weil ja nie bilder kommen,
435 also das heißt regelmäßig äh bilder posten:,
436 und auch (.) ja von den beschreibungen her ja vielleicht ein
437 bisschen so von sich erzählen,
438 und mh (--) läuft es <<schmunzelnd> glaub ich ganz gut.>

439 A: gibt es auch taktiken oder strategien,
440 die du selber anwendest um mehr follower zu bekommen?

441 B: ähm:,
442 also eigentlich nicht,
443 ganz viele machen ja diese hashtags (.) mit tags for likes
444 (.) und weiß nicht wie die alle heißen,
445 da persönlich muss ich sagen hab ich noch nicht gemacht und
446 will ich auch nicht machen weil ich das recht schwachsinnig
447 finde,
448 dass man SO (.) seine follower (.) sich organisiert,
449 was schon bisschen hilft ist shoutout for shoutout,
450 also (-) einfach aus dem sinne dass halt mehr leute auf das
451 profil kommen,

452 A: mhm.

453 B: und dann eben die bilder sehen und sagen OH:,
454 die hat coole bilder da folg ich mal,
455 das bringt schon ein bisschen was wobei man da aber auch
456 sagen muss,
457 es macht eben nicht die welt aus;
458 es sind dann vielleicht zwanzig follower mehr,
459 aber das wars dann auch,
460 und: äh, (.)
461 ja was auch immer ganz gut ist eigentlich ist so promotion,
462 also dass man mit firmen oder marken eben (-) äh ne
463 promotion eingeht und dann (.) halt auch bilder von den
464 produkten postet (.) und so diese cooperation hat dass man
465 gegenseitig bilder postet und so kommen leute auch aufs
466 profil.

467 A: ok (.) wie oft hattest du schon solche (x) cooperations?
468 B: ähm: (---) ich glaub das war drei mal oder so?
469 also einmal mit so einer haarfirma: also die haben so
470 haargummis,
471 dann mit cream six (.) berlin,
472 also die haben tshirts und generell klamotten,
473 (--)
474 und: ähm momentan bin ich bei: happiness boutique,
475 also die: verkaufen schmuck,
476 und die haben mich jetzt auch angeschrieben,
477 ob ich bei denen eben,
478 also ob ich die promoten möchte auf instagram.
479 A: wie fühlst du dich wenn dich so ne firma anschreibt und mich
480 dir kooperieren möchte?
481 B: äh also ich fühl mich <<schmunzelnd> erst mal geehrt,>
482 weil meistens dann auch in erster linie gesagt wird dass sie
483 das profil ansprechend finden und dass sie gerne mit mir
484 zusammen äh kooperieren möchten,
485 (1Sek.)
486 und: ja es ist eigentlich immer ganz schön,
487 kommt halt drauf an,
488 ob man auch selbst interessiert an der marke ist oder nicht
489 also: (-) ja bei dem schmuck fand ich jetzt ziemlich SCHÖN
490 dass sie mich angeschrieben haben,
491 aber ich müsste jetzt nicht irgendwie für fitness oder
492 energy drinks äh: (---) da <<schmunzelnd> promotion machen.>
493 A: ok.
494 ähm (.) was glaubst du warum dein profil bei marken und bei
495 äh followern so beliebt ist?
496 B: oh je, ((lacht))
497 ähm: ja gute frage,
498 vielleicht vom lifestyle einfach dass die shootingbilder
499 sehen und sagen ja die passt gut in unser ähm: (-) ja in
500 unsere marke rein und kann die sachen gut tragen,
501 ähm (-) joa.
502 A: [und bei followern?]

503 B: [mehr wüsst ich jetzt grad nicht.] ((lacht))
504 A: bei so (xxxx)
505 B: [ja bei meinen followern] auch auf jeden fall.
506 A: aber was (.) was glaubst du was normale (.) also solche
507 normalen leute die jetzt keine marken haben dazu bewegt dir
508 zu folgen?
509 B: (1Sek.)
510 ähm:,
511 also so generell?
512 meine normalen follower?
513 A: mhm,
514 B: (---)
515 ja also ich denk hauptsächlich einfach weil sie meine bilder
516 SCHÖN finden,
517 und auf der anderen seite sinds natürlich auch viele leute
518 die mich kennen und die irgendwie weiter was über mich
519 erfahren wollen,
520 und wissen wollen was bei mir so in der freizeit abgeht und
521 was ich privat mache:,
522 und (--) ja;
523 (xx) jetzt so ein bisschen.
524 aber jetzt nicht stalkermäßig aber dass man halt einfach von
525 mir was mitbekommt und dass es dann,
526 die leute die es interessiert halt grad die die hier im
527 im umkreis wohnen und die mich kennen,
528 und leute die mich nicht kennen halt einfach (.) dass sie
529 die bilder ansprechend finden;
530 in welcher weise auch immer.
531 A: gut;
532 dann hab ich noch eine frage und zwar glaubst du dass du
533 instagram in den nächsten jahren noch weiter nutzen (.)
534 wirst?
535 B: ähm,
536 ja das glaub ich auf jeden FALL.
537 weil (.) ich finds einfach ne toll app also dass man halt
538 die (xxx) wie gesagt von freunden viel mitbekommt,

539 und (.) auch man sein leben und (.) seine tollen momente (-)
540 halt mit fotos teilen kann,
541 und deswegen denk ich dass ichs auf jeden fall weiter nutzen
542 werde;
543 A: gut ähm,
544 hast du vielleicht noch irgendwas,
545 was du loswerden möchtest zu dem thema?
546 B: hm::; (.)
547 ja generell ähm,
548 dass ichs mittlerweile bisschen übertrieben finde dass alle:
549 (-),
550 oder das VIEle (.) instagramaccounts in diese
551 fitnessrichtung drifteten,
552 und ähm:,
553 ja das geht mir persönlich bisschen auf die nerven,
554 aber (.) da kann man ja auch so vorgehen dass man eben den
555 leuten einfach nicht mehr folgt.
556 A: gut,
557 und das wars dann auch schon;
558 B: ja.

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr.:	5
Aufnahmedatum:	12.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 16:30 Uhr
Länge:	00:11:39
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Elena
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 21 Jahre alt, lebt in Deutschland, ist Studentin und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 10.300 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 491 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch lief entspannt ab. B's Antworten waren kurz. Zwischenzeitlich wurde das Gespräch durch einen Postboten unterbrochen und pausiert.

Transkript:

- 1 A: al:les klar,
- 2 (1Sek.)
- 3 also (.) wie lange bist du eigentlich schon bei instagram?
- 4 B: hm bisschen mehr als ein jahr,

5 eineinviertel jahre ungefähr.

6 A: wie bist du dazu gekommen instagram zu nutzen?

7 B: ne freundin von mir hatte das auch und dann hab ichs

8 ausprobiert.

9 A: ähm wie viel zeit verbringst du am tag auf instagram?

10 B: mh halbe stunde.

11 A: und (.) wie viel zeit verwendest du außerhalb von instagram

12 für instagram,

13 das heißt für fotos (.) bearbeitung et cetera?

14 B: (2Sek.)

15 hm: nicht jeden tag so jetzt zweiten tag ne halbe stunde.

16 A: ok,

17 ähm (.) auf deinem letzten foto sieht man ja (.) ähm: etwas

18 zu essen und (--) ne tasse mit tee glaub ich?

19 (ich sehs nicht ganz genau,)

20 ähm weshalb hast du das foto gepostet?

21 B: ähm: ich hab die sachen umsonst bekommen und: wollt ich

22 vorstellen.

23 A: ähm::,

24 was hat dir besonders an dem foto gefallen?

25 B: (2,5Sek.)

26 oh je <<lachend> da weiß ich auch nicht was ich dazu sagen

27 soll> ich wollt halt einfach (.) das produkt gut darstellen.

28 A: gut ähm,

29 wie oft in der woche postest du fotos?

30 B: (1Sek.)

31 ähm: dreimal,

32 A: machst du das eher so spontan nach lust und laune oder

33 machst du das so ein bisschen (.) strukturiert?

34 B: ja also nicht mehrere an einem tag sondern verteilt auf die

35 woche.

36 A: ähm und was,

37 wie siehts aus wenn du länger nichts mehr gepostet hast?

38 hast du da so den drang etwas zu posten oder eher nicht so?

39 B: nee. ((schmunzelt))

40 A: ähm:: (-) wenn man sich so dein profil anschaut,

41 ähm (-) was findet man da so: am häufigsten für motive?
42 B: also ähm hauptsächlich freizeit und essen,
43 ja.
44 A: ähm hast du vielleicht so n thema was dein profil angeht?
45 B: ähm fitness essen.
46 A: ähm warum hast du dich dazu entschlossen dein (.) profil so
47 (.) fitnessmäßig zu gestalten?
48 B: das war eigentlich spontan,
49 ich hab halt damit angefangen dann bin ich bei dem gleichen
50 thema geblieben.
51 A: würdest du denn auch etwas posten was dann nichts damit zu
52 tun hat?
53 vielleicht ein neues outfit oder sowas?
54 B: nee.
55 A: und warum?
56 B: weil es einfach nicht dazu passt.
57 A: wie siehts aus mit der bearbeitung,
58 bearbeitest du deine bilder?
59 B: ja.
60 A: machst du das mit instagram oder mit anderen filtern?
61 B: mit instagram.
62 A: und (.) machst du alle fotos mit dem handy oder (.) benutzt
63 du auch eine andere kamera?
64 B: nee mit dem handy.
65 A: ähm:,
66 worauf achtest du bei deiner motivwahl?
67 B: (2Sek.)
68 mh also dass (-) eigentlich dass produkt,
69 oder was ich halt poste da im mittelpunkt ist und dass nicht
70 viel außenrum ist.
71 A: wenn du merkst dass du beispielsweise ähm mehrere fotos von
72 essen gepostet hast und länger nichts mehr von (.) ähm (.)
73 kein foto von dir,
74 ist es dann so dass du versuchst,
75 n abwechslungsreicheres foto zu posten dass jetzt nicht vier
76 bilder hintereinander kommen die: essen zeigen oder so?

77 B: ja.
78 A: und machst du das (.) bewusst oder eher unbewusst?
79 B: mh schon bewusst.
80 A: weil?
81 B: (--)
82 ja dass es eben nicht immer (x) (.) fünfmal das gleiche so
83 hintereinander kommt.
84 A: ähm gäbe es irgendwas was du niemals auf instagram posten
85 würdest?
86 B: (4Sek.)
87 mh total privates vielleicht,
88 über meine familie oder sowas.
89 A: wie siehts aus mit freizügigkeit?
90 B: (--) mh trainingsbilder aber nicht (.) <<schmunzelnd>
91 bikinis oder irgendwas oder unterwäsche oder so.> ((lacht))
92 <<lachend> das auf keinen fall.>
93 A: was ähm was,
94 oder wie siehst du personen die (.) sich (.) schon so
95 zeigen?
96 also die eben bilder in unterwäsche und bikinis posten?
97 B: find ich jetzt nicht schlimm ist von jedem die eigene sache.
98 A: ok (.) wenn ein bild von dir viele likes bekommt,
99 wie fühlst du dich da?
100 B: ist mir eigentlich relativ egal.
101 ((türklingel))
102 A: also (.) ist dir egal?
103 B: ja.
104 A: und wenn ein bild von dir nicht so viele likes bekommt ist
105 dir dann auch egal oder?
106 B: ja.
107 ((türklingel))
108 A: ähm,
109 du würdest auch kein bild löschen
110 B: warte kannst du kurz pause machen [ich komm gleich]
111 A: [ja: ich mach auf pause]
112 B: die tür (.) klingelt.

113 ((pause))
114 A: warte,
115 ähm (.) welche bilder bringen dir generell mehr likes ein?
116 B: (1Sek.)
117 mh ganz unterschiedlich also egal was essen oder
118 trainingsbilder das ist immer unterschiedlich.
119 A: das wiegt sich also aus?
120 bleibt so?
121 B: ja.
122 A: ok,
123 ähm: ja du folgst ja vierhunderteinundneunzig personen,
124 ähm: warum folgst du den personen?
125 B: mh einfach weil mich ihre accounts interessieren und manche
126 sind auch (.) also freunde die ich aus dem umfeld kenn,
127 oder (.) fitnessshops die irgendwie posten,
128 dass sie neue angebote haben,
129 sowas.
130 A: ähm:,
131 wie viele der personen die du abonniert hast kennst du
132 schätzungsweise persönlich?
133 B: ähm: so,
134 dreißig.
135 A: ok (.) ähm:,
136 wenn du so drüber nachdenkst was du auf facebook teilst,
137 also (.) insbesondere was fotos angeht,
138 was sind da so die größten unterschiede zu den fotos auf
139 instagram?
140 B: also fotos (.) auf facebook post ich eigentlich gar nicht.
141 A: war das früher anders (.) vor instagram?
142 B: ähm: ne,
143 also ich war da noch nie sehr aktiv.
144 A: warum glaubst du dass sich [posts auf facebook]
145 [((türklingel))]
146 A: ist da noch mal ne klingel?
147 B: alter <<schmunzelnd> ohne witz;>
148 A: ((schmunzelt))

185 ähm wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
186 folgen?
187 B: also ich nehm das nicht so wichtig,
188 also ich könnt das auch vom einen auf den anderen tag
189 löschen das wär mir ziemlich egal.
190 A: ähm (.)
191 beeinflusst dich die zahl deiner follower trotzdem beim
192 posten von fotos?
193 B: (2Sek.)
194 mh: ,
195 (1Sek.)
196 weiß nicht ich schau schon dass ich vielleicht einmal die
197 woche auf jeden fall was mach aber wenn ich keine zeit hab
198 dann ist es so dann find ich das (.) auch nicht so wichtig.
199 A: hast du ähm (.) früher als du weniger follower hattest ähm
200 (.) vielleicht weniger auf die qualität geachtet was deine
201 fotos angeht?
202 B: (2Sek.)
203 ja das kann sein dass ich jetzt (.) SCHON darauf schau,
204 <<lachend> dass es nicht richtig scheiße aussieht.>
205 A: ok ähm: ,
206 wie viele deiner abonenten kennst du schätzungsweise
207 persönlich?
208 B: (2Sek.)
209 dreißig.
210 A: ähm,
211 und warum glaubst du dass du so viele follower hast?
212 B: mh weil ich glaub dass in deutschland ziemliche (.)
213 fitnesshypes am kommen ist,
214 und dass immer sich mehr menschen für gesunde ernährung und
215 sowas interessieren und (.) halt irgendwelche plattformen
216 suchen wo sie rezepte und sowas finden.
217 A: ja wenn du grad von fitness sprichst,
218 ähm (.) hat vielleicht instagram dein interesse für fitness
219 auch beeinflusst oder verstärkt?
220 B: (1Sek.)

221 nee ich hatte das ja schon:,
222 also ich hab schon davor damit angefangen,
223 und (.) ja das ist jetzt nicht durch instagram gekommen.
224 A: ähm:,
225 du hast ja vorher schon gesagt dass dir deine,
226 also deine anzahl von followern nicht so wichtig ist;
227 seh ich das richtig?
228 B: mhm.
229 ja.
230 A: würdest du trotzdem gerne noch mehr follower haben?
231 B: (2Sek.)
232 mh ich glaub eigentlich ist es nicht gut wenn man zu viele
233 hat weil dann bekommt man hunderttausend mails am tag wo
234 irgendjemand fragen hat und das ist es einfach zu sehr zeit
235 einnimmt und man keine zeit mehr für das privatleben hat
236 sondern dass es dann eher störend ist.
237 A: ähm also wie sieht es aus mit fitnesskooperationen also
238 marken,
239 du hast ja schon erwähnt dass du sowas schon mal gemacht
240 hast,
241 wie oft hast du (.) sowas schon mal gemacht?
242 B: mh (.) so fünf sechs mal.
243 A: und wie fühlst du dich wenn dich so ne firma anspricht?
244 B: mh ja ich sag auch nicht bei allen zu,
245 sondern auch bei produkten die mich auch wirklich
246 interessieren,
247 weil ich das dumm find wenn man (.) einfach zusagt und es
248 nur nimmt,
249 weil mans umsonst bekommt obwohl man eigentlich gar nichts
250 damit (.) keine ahnung anfangen kann oder so.
251 A: fühlst du dich dann auch geehrt wenn die dich anschreiben?
252 B: (1Sek.)
253 mh das ist jetzt vielleicht ein bisschen übertrieben es ist
254 immer cool irgendwas neues auszuprobieren aber, (---)
255 <<schmunzelnd> jetzt nicht wirklich.>
256 A: wenn wir nochmal zum thema follower kommen ähm,

257 was glaubst du was man (.) wie man sein profil pflegen muss
258 oder was man posten muss damit man viele follower bekommt?
259 B: ähm auf jeden fall regelmäßig und es ist glaub auch wichtig
260 dass man (--) ähm: auf anderen accounts manchmal was likest
261 oder kommentierst oder so,
262 weil sonst findet man dich selber auch nicht so.
263 A: versuchst du (.) auch selber solche taktiken anzuwenden?
264 B: nee weil so wichtig ist es mir nicht.
265 also ähm (.) manche hängen ja echt eine stunde (.) abends in
266 instagram rum und kommentieren sachen nur dass andere deinen
267 account sehen aber, (--)
268 find ich ziemlich dumm. ((schmunzelt))
269 A: siehst du auch dass leute das auf deinen fotos versuchen zu
270 machen?
271 B: (2,5Sek.)
272 nee das hab ich jetzt noch nicht.
273 A: ähm,
274 B: so gemerkt.
275 A: was glaubst du warum (-) dir so viele personen folgen?
276 B: (3Sek.)
277 ja: einfach weil viele rezepte poste:,
278 und (-) die leute vielleicht irgendwie einfach (.) gesunde
279 rezepte suchen was neues ausprobieren wollen,
280 so ideen suchen;
281 A: ok,
282 jetzt zu nem anderen thema;
283 und zwar dein profil ist ja öffentlich;
284 warum hast du dich entschieden dass dein profil öffentlich
285 bleibt?
286 B: ähm:,
287 weil sonst ja nur die leute die mit mir befreundet sind das
288 sehen könnten,
289 und (-) weiß nicht ich find das jetzt nicht schlimm,
290 wenn andere leute oder so meine rezepte sehen.

291 A: ähm welche informationen abseits deiner bilder das heißt auf
292 deiner profilinformation und auf bildunterschriften findet
293 man von dir?
294 B: hm::,
295 nur glaub ich,
296 also meine email adresse,
297 und (.) mein:,
298 die stadt wo ich wohn.
299 A: ähm, und welche
300 B: und dass ich ne schwester hab,
301 und mehr nicht.
302 A: und welche informationen würdest du niemals preisgeben?
303 B: (2,5Sek.)
304 mh,
305 (2,5Sek.)
306 ja gut,
307 private dinge,
308 meine beziehung (.) über meine eltern wo genau ich wohn (.)
309 handynummer sowas.
310 A: ähm:,
311 nochmal zu facebook ähm,
312 weil wir ja grad bei informationen sind auf facebook ist es
313 ja vielleicht (.) ein bisschen legitimer dass man bestimmte
314 informationen von sich preisgibt wie zum beispiel den
315 heimatort.
316 aber wenn jetzt jemand zum beispiel,
317 wenn jemand der dich nicht kennen würde,
318 würde dein profil auf facebook sehen und auf instagram;
319 wo würde er eher einen einblick in dein (.) ich also in die
320 art und weise wie du bist finden?
321 B: hm auf (-) facebook weil ich da mehr private angaben hab
322 aber da ist mein profil auch nicht öffentlich.
323 A: ok ähm,
324 noch eine abschließende frage und zwar ähm glaubst du dass
325 du instagram in den nächsten jahren noch weiter nutzen
326 wirst?

327 B: (1Sek.)
328 also weiß nicht (.) wie lange solche plattformen also die
329 <<schmunzelnd> versinken ja immer schnell,
330 vielleicht noch ein (.) halbes jahr> oder ein jahr aber dann
331 bin ich ja auch mit dem <<schmunzelnd> studium fertig> und
332 dann hab ich <<schmunzelnd> keine zeit mehr für sowas.>
333 A: ähm hast du vielleicht abschließend noch irgendwas was du zu
334 dem thema gern loswerden würdest?
335 B: (2Sek.)
336 nö grad nicht. ((kichert))

1. Rahmendaten:

Projekt: Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger
Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform
Instagram
Aufnahme-Nr: 6
Aufnahmedatum: 12.05.2015
Ort: telefonisch

Uhrzeit: ca. 17:00 Uhr
Länge: 00:14:52
Interviewende/r: Tamara Milutinovic
Befragte/r: Sabrina
Transkribierende/r: Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp: Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation: Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum
Anzahl der Gesprächsteilnehmer: 2
Merkmale der Interviewten (B): B ist weiblich, 18 Jahre alt, lebt in Deutschland, hat gerade ihr Abitur abgeschlossen und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 10,100 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 743 Personen.

Gesprächsverlauf:

Transkript

1 A: so.
2 ähm, wie lang bist du eigentlich schon bei instagram?
3 B: (--) hm:, (.) ein gutes jahr?
4 A: und wie bist du dazu gekommen instagram zu nutzen?
5 B: durch meine kleine schwester weil die hat das gehabt und hat
6 dann gemeint ja HEY, schau doch mal, das ist ganz cool.
7 A: ähm,
8 wie viel zeit verbringst du am tag auf instagram?
9 B: ähm:: (--) schon ne stunde glaub ich;
10 A: guckst du da so stündlich rein oder wenn man das jetzt auf
11 stündlich beziehen will?
12 B: ich schau dann halt mehrmals am tag rein und das summiert
13 sich dann zu ner stunde.
14 A: ok.

15 und wie viel zeit verwendest du am tag ähm für instagram
16 ohne auf instagram zu sein?
17 das heißt für fotos, zum bearbeiten der fotos et cetera,
18 B: (---) am tag hochgerechnet?
19 A: oder auf die woche, je [nach dem,]
20 B: [ja auf die] woche ähm: ja auf die
21 woche vielleicht,
22 hal:be stunde bis stunde?
23 A: ähm, (.)
24 auf deinem allerletzten foto sieht man, (.)
25 bäume und ne stadt,
26 wenn ich das jetzt so genau seh,
27 ähm warum hast du genau das foto, ähm gepostet?
28 B: ah das war weil ich die letzten zwei drei wochen nicht so
29 aktiv war wegen dem abi und da hab ich dran gedacht,
30 <<schmunzelnd> ich KANN mich mal wieder melden.>
31 A: ähm, was hat dir an dem foto besonders gut gefallen?
32 B: ähm;; (-)
33 das war ja in ha in hannover,
34 und, (.) ich hab mir da gedacht, ja:, (-)
35 es schaut eigentlich ganz schön aus, das wetter und die
36 farben sind ganz schön das ist so;
37 sowas frühlingshaftes, sommerliches,
38 und macht gute LAUne.
39 A: du hast ja vorher schon angedeutet dass du wegen deinem äh
40 abistress nicht so viel zeit zum posten hast;
41 wie ist es denn an sich so üblicherweise wenn du zeit hast
42 wie oft postest du da so in der woche?
43 B: ähm:: (1Sek.) joa;
44 schon ein bis zweimal, NEIN zwei bis dreimal die woche,
45 A: machst du das eher so spontan nach lust und laune oder
46 machst du das so ein bisschen strukturierter?
47 B: ne mischung aus beidem;
48 also, (--) wenn ich jetzt manche sachen gesponsert bekomme
49 zum beispiel, dann mach ich es schon strukturierter,
50 am im ALLgemeinen mach ich das eher so nach lust und laune.

51 A: ähm wenn du merkst dass du länger nichts gepostet hast,
52 ähm hast du dann den drang etwas zu posten oder ist das dir
53 nicht so wichtig?
54 B: (--) ähm::; (1Sek.) ich hab nicht wirklich den drang aber
55 ich denk mir halt so ja, es kann mal wieder zeit werden
56 also;
57 nach sagen wir mal ZWEI wochen hab ich dann schon den drang;
58 A: ok (--) wie jetzt eben mit dem [letzten bild],
59 B: [ja genau.]
60 A: ähm, ja, (--) genau.
61 wie sehen deine anderen fotos aus? wir hatten es ja gerade
62 von deinem letzten foto,
63 und wie sind so deine anderen fotos auf deinem profil?
64 B: ähm, meistens eher so lifestyle bilder, so, so was ich so
65 unternehm.
66 A: sieht man da eher so dich,
67 oder objekte?
68 oder freunde?
69 B: meistens eher objekte auf meinem instagram.
70 A: ähm woran liegt das?
71 macht es dir mehr spaß objekte zu fotografieren und sie
72 darzustellen?
73 B: äh, ja das macht mir eigentlich ganz gut spaß um den anderen
74 also meinen ganzen followern so zu zeigen,
75 ähm, welche dinge ich halt mag, was mir gefällt, welche
76 produkte ich zum beispiel benutze und sowas;
77 finde ich eigentlich ganz interessant.
78 A: ok, ähm;
79 wenn du fotos machst,
80 machst du die dann eher mit dem handy oder mit einer
81 spiegelreflexkamera?
82 B: ich mach die alle mit dem handy.
83 also nicht SO: professionell alles.
84 A: ok, ähm, und wenn du deine fotos bearbeitest,
85 machst du das dann in instagram oder machst du das mit
86 anderen (--) programmen?

87 B: ah, ich mach das meistens mit einer anderen app ich glaub
88 die heißt visco cam? oder irgendwie so in der art;
89 A: ok, warum?
90 B: ähm, weil ich find da hat man viel mehr möglichkeiten zum
91 bearbeiten auf instagram gibt's ja nicht so viele filter und
92 die die man hat kann man nicht so gut anpassen, (.)
93 und auch nicht kombinieren.
94 A: ok, ähm, moment?
95 ah ja, genau;
96 ähm, achtest du bei deiner motivwahl auch darauf dass du
97 abwechslungsreich postest das heißt zum beispiel wenn du
98 jetzt drei: oder vier fotos mit objekten hast dass du dann
99 mal sagst ok ich mach jetzt wieder ein selfie oder ist das
100 eher nicht so?
101 B: mh::, ich glaub das kommt von alleine,
102 ich achte da gar nicht SO aktiv drauf;
103 aber irgendwie so unterbewusst glaub ich schon.
104 A: ähm;
105 würdest du (.) oder gibt es irgendwas was du niemals auf
106 instagram posten würdest?
107 B: (2 Sek.)
108 <<schmunzelnd> ja nacktbilder,>
109 A: ist eh verboten ((lacht))
110 B: <<lachend> ahm ok,>
111 öh:, dann, (--)
112 keine ahnung.
113 A: vielleicht so dinge die andere SCHON posten die du bei
114 anderen siehst aber selber nicht machen würdest?
115 B: (xx), fällt mir wirklich nichts ein.
116 ähm::; (4 Sek.)
117 A: ich geb dir ein bisschen input;
118 vielleicht so freizügige bilder,
119 B: ja ich wollt grad sagen,
120 vielleicht ZU freizügige bilder überhaupt in die richtung;
121 A: bilder beim partymachen vielleicht?
122 B: ja partybilder würd ich auch nicht auf instagram posten.

123 A: wie siehts aus mit bildern die nicht so ne gute qualität
124 haben oder nicht so ein gutes lichtverhältnis?
125 B: ja das dann <<schmunzelnd> auch eher weniger;>
126 aber es gibt glaube ich schon ausnahmen da würde ich das
127 dann schon mal machen also allgemein würd ich EHer drauf
128 schauen dass es NICHT passiert,
129 A: ok,
130 B: wenn ich jetzt bilder hochlad.
131 A: ähm: wie fühlst du dich wenn ein bild von dir sehr viele
132 likes bekommt?
133 B: (---) also ich FREU mich dass es gut ANkommt, und das ist
134 dann auch irgendwie so ne kleine motivation weiter zu
135 machen;
136 und noch mehr fotos zu (x),
137 hochzustellen.
138 A: und ähm wie siehts dann aus wenn dann wenn irgendein foto
139 von dir nicht so viele likes bekommt?
140 B: (--) dank denk ich mir so ja (.) hm,
141 <<lachend> mir gefällt's halt selbst schon,>
142 und deswegen würd ichs dann auch drauflassen.
143 also wenig likes sind für mich kein (.) ähm kriterium das
144 bild zu löschen.
145 A: ok, ähm wenn du so drüber nachdenkst ähm über deine ganzen
146 fotos die du bis jetzt gepostet hast,
147 was bringt dir so generell mehr likes ein?
148 B: (2Sek.)
149 hm, ich glaub die meisten likes hab ich aus meinen selfies
150 aber (---) joa,
151 mir persönlich gefallen die anderen bilder bisschen besser
152 zum teil.
153 A: glaubst du vielleicht es gibt nen grund warum?
154 B: ich glaub ALLgemein dass selfies am besten ankommen auf
155 instagram weils halt auch irgendwie so die persÖNlichste art
156 und weise ist mit seinen followern zu kommunizieren.
157 A: ok: (.) ähm,

158 du hast ja vorher oder wir haben vorher festgestellt dass du
159 siebenhundertdreiundvierzig personen abonniert hast ähm (--)
160 was sind das so für leute (.) warum hast du die abonniert?
161 B: das sind meistens leute die halt einfach schöne bilder
162 machen,
163 oder (.) bekannte und freunde von mir,
164 und eher weniger stars oder sowas sondern einfach nur sachen
165 die mich (.) ich weiß nicht (.) so INspirieren,
166 <<schmunzelnd> sagen wirs so.>
167 A: mhm. (--)
168 sind das oft profile die ähnlich sind wie dein profil?
169 B: (1Sek.)
170 die meisten schon, ja.
171 A: ähm (.) wie viele der personen die du abonniert hast sind so
172 schätzungsweise personen die du kennst?
173 B: (2,5 Sek.)
174 hm: (.) ich sag mal: (---) zwei fünftel?
175 A: (x) ah vierzig prozent ok.
176 ok und ähm,
177 wenn du jetzt mal so drüber nachdenkst wie du auf facebook
178 also wie du dich auf facebook verhältst das heißt wie du da
179 fotos postest WAS du da postest und wie oft,
180 was sind da so die größten unterschiede zu instagram?
181 B: da ist einfach ALles komplett anders,
182 also auf facebook bin ich total zurückhaltend ich poste
183 eigentlich NIE: irgendwas,
184 und: bin auch eher seltener drin aber auf instagram poste
185 ich öfter mal bil:der und schreib da auch hin und wieder mit
186 leuten bin da auch (--) verbring da auch wesentlich mehr
187 zeit als auf facebook.
188 A: und woran liegt das?
189 B: ähm,
190 (2 Sek.)
191 hm, (-) vielleicht daran dass man auf instagram irgendwie (-
192) nicht so (1Sek.) hm:,

193 so so direkt unter dem bekanntenkreis ist sondern auch n
194 bissl (.) annoNYmer oder die hemmschwelle einfach weniger
195 groß ist.

196 A: also würdest du würdest du eher nicht so oft fotos auf
197 facebook posten auch in zukunft nicht?

198 B: nee (-) hatt ich eigentlich nicht vor.

199 A: wenn irgendjemand ähm (-) der dich nicht kennt einmal dein
200 facebookprofil von dir sehen könnte und einmal dein
201 instagramprofil,
202 wo würde die person eher jemanden oder wo würde diese person
203 eher dein wahres ich sehen?

204 B: auf instagram. (---)
205 ganz sicher weil auf facebook infos sind um sich ein bild zu
206 machen.

207 A: mhm, ähm,
208 ich mein also es ist ja so dass ähm dass dieser trend zu
209 instagram zu (--) wechseln was das posten von fotos angeht
210 und sich auf facebook eher zurückzuhalten das ist schon ein
211 trend,
212 ähm (---) warum glaubst du dass das so ist?

213 B: mhh, (---)
214 eben WEIL man halt annonymer ist auf instagram und das halt
215 auch (---) ähm MEHR leute sehen als nur der bekanntenkreis
216 oder der familienkreis oder der familienkreis NICHT weil die
217 meisten eltern hat man ja in facebook drin oder so aber
218 nicht auf instagram oder so das ist dann irgendwie,
219 ich glaub ein (--) ähm (.) wohligeres gefühl wenn man weiß,
220 dass die leute die das sehen eher so (.) im SELben alter
221 sind.

222 A: mhm (.) ähm wenn dich jemand zwingen würde entweder dein
223 facebookprofil zu löschen oder dein instagramprofil welches
224 würdest du löschen?

225 B: (2 Sek.)
226 mh:: (-) dann glaube ich würde ich instagram löschen und
227 zwar weil facebook (--) für mich irgendwie noch so das

228 altmodische in verbindung treten mit menschen so RICHTig so
229 (-) mit freunden schreiben und solche sachen ist,
230 wohingegen instagram doch halt eher nur so im vergleich
231 jetzt einfach (---) weniger (.) auf also als soziales
232 netzwerk gilt.

233 A: ok.
234 jetzt kommen wir zu deinen followern du hast nämlich über
235 zehntausend (.) zehntausendeinhundert ungefähr,
236 ähm wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
237 folgen?

238 B: (1Sek.)
239 ja also,
240 ich persönlich finde das jetzt nicht (.) so::: besonders,
241 aber (.) ich werd halt paarmal schon öfters mal drauf
242 angesprochen aber da fühl ich mich ziemlich unwohl (.) um
243 ehrlich zu sein.
244 weil (.) irgendwie (.) kommt mir vor als wär ich so ein (.)
245 wie soll ich sagen so ein MÖCHtegern,
246 der sich irgendwie ganz besonders fühlt mit vielen followern
247 aber das ist mir (.) ja,
248 eigentlich eher weniger wichtig.

249 A: was glaubst du wie es dazu gekommen ist dass du so viele
250 follower hast?

251 B: ähm (--) joa,
252 manchmal hab ich mir ein bisschen mehr mühe gegeben dass ich
253 follower so bekomme und irgendwann kamen die dann von alleine
254 wahrscheinlich (-) weil man halt schon ne gewisse basis an
255 followern hat dann entwickelt sich das viel schneller und
256 dann haben denen wahrscheinlich einfach nur meine bilder
257 gefallen.

258 A: inwiefern hast du dir damals mehr mühe gegeben follower zu
259 kriegen?

260 [(xxxxx)]

261 B: [also ich hab zum beispiel shoutouts] und sowas gemacht,
262 mit anderen leuten,
263 das hat mir immer ganz viel gebracht.

264 A: ähm,
265 was glaubst du wie man sich allgemein präsentieren muss oder
266 was man für bilder posten muss damit man ähm in instagram
267 viele follower bekommt?
268 B: (1Sek.)
269 also auf jeden fall mit guter qualität: das heißt die
270 lichtverhältnisse sollten schon stimmen und solche sachen;
271 öhm: (.) ja: (---) hm.
272 es kommt eigentlich drauf an ich glaub am anfang bekommt man
273 viele follower wenn man so einheitlich halt seine bilder
274 hält das heißt also wenn man zum beispiel nur ähm rezepte
275 oder essen postet oder nur (--) fingernägel oder solche
276 sachen,
277 so gemischte glaub ich fällt es eher schwer follower zu
278 bekommen.
279 A: ähm, wenn du jetzt dein profil irgendwo einordnen würdest,
280 sowas wie fitness fashion lifestyle was weiß ich,
281 wo wärst du da eingeordnet?
282 B: ah, (.) ich glaub ich würd mich da bei lifestyle einordnen;
283 weil ich einfach (.) nicht sagen würde dass ich jetzt nur in
284 eine bestimmte richtung gehe.
285 A: öhm, würdest du (.) oder würdest du gerne noch mehr follower
286 bekommen?
287 B: (1Sek.)
288 hm:..
289 also ich hätte nichts dagegen weil es ist einfach (--) VOLL
290 die motivation weiterzumachen und das freut einen halt auch
291 immer wenn man merkt dass die bilder gut ankommen.
292 A: ähm (.) was wäre so dein wunsch von (.) deine wunschzahl von
293 followern?
294 B: (2Sek.)
295 hm: (.) ich glaub so um die zwanzigtausend weil ich glaub
296 wenn man drüber kommt dann hat man viele <<lachend> hater
297 sag ich mal.>
298 A: ok (.) ähm,

299 jetzt zu nem anderen thema und zwar (.) dein profil ist ja
300 öffentlich;
301 warum hast du dich dazu entschieden dein profil öffentlich
302 zu machen?
303 B: (---)
304 ähm (--) weil ich ja eben keine bilder poste mit (.) oder
305 eigentlich nein.
306 mit freunden oder was ich so grad mit denen mache also keine
307 partybilder und solche sachen;
308 also das sind halt so bilder die glaube ich jeden
309 interessieren könnten oder gefallen könnten;
310 wohingegen ich ein bild mit meiner mama oder so hochlade;
311 das geht halt die meisten gar nix an, (.)
312 und das würd die auch gar nicht interessieren.
313 A: mhm, öhm, welche informationen außerhalb deiner fotos das
314 heißt sowas wie deine profilinformationen oder (.) unter (.)
315 bildern also bildunterschriften findet man (.) auf deinem
316 profil von dir?
317 B: (---)
318 ähm, (.) gar nicht mal so viele.
319 also ich glaub ich hab zum beispiel nie irgendwo
320 hingeschrieben wo ich wohn woher ich komme;
321 alter steht halt drin dass ich momentan im abistress bin;
322 öhm: (.) ja:. (.)
323 einmal hab ich so n ding gemacht,
324 zwanzig fakten über mich,
325 aber das ist halt auch eher so,
326 so null acht fünfzehn sachen würd ich sagen.
327 A: mhm, ähm würdest du (.) oder gibt es irgendwelche sachen die
328 du niemals von dir preisgeben würdest was informationen
329 angeht?
330 B: (1,5Sek.)
331 hm:.
332 ich glaub genau wohnort und handynummer.
333 A: sowas wie facebooklink?
334 B: nee den auch nicht.

335 A: woran liegt das?
336 B: ah, weil das könnte ja dann JEder sehen und ich (--) find
337 halt,
338 dass das doch eher wieder persönlichere sachen wenn ich
339 hingegen jemanden kennenlernen würde aus instagram weil wir
340 uns irgendwie mal geschrieben hätten,
341 dann würde ich vielleicht schon meinen facebooklink und so
342 rausgeben,
343 aber so an die allgemeinheit eher nicht,
344 weil das wäre mir dann doch (.) zu privat.
345 A: ok.
346 ähm, ich hab jetzt nur noch eine frage.
347 und zwar, ähm,
348 glaubst du dass du instagram in den nächsten jahren noch
349 weiter nutzen wirst?
350 B: (3Sek.)
351 hm ich glaub nicht länger (x) als die nächsten zwei jahre
352 das glaub ich ist das längste das ich noch benutzen werde.
353 weil (-) ich dachte früher auch bei facebook,
354 JA ist voll cool das ding und irgendwann ist es doch wieder
355 abgeschwächt und ich glaub das ist halt halt auch damit,
356 weil man wird halt auch älter. ((lacht))
357 A: ähm, ich hab nur noch,
358 nee ich hab eigentlich gar keine frage mehr,
359 sondern ähm,
360 gibts vielleicht noch irgendwas was du loswerden (.) wollen
361 würdest,
362 zu diesem thema,
363 B: (5Sek.)
364 ich glaub es gibt viele leute die instagram so als
365 selbstbewusstsein,
366 SELBSTbewusstseinspritze benutzen;
367 das glaub ich schon.
368 so im sinne davon dass sie irgendwie, (--)
369 freizügige bilder posten und sich toTAL freuen wenns leuten
370 gefällt oder so,

371 oder irgendwas kommentieren,
372 obowohl sie es eigentlich gar nicht nötig hätten.
373 A: ok, gut.
374 das wars dann.

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr:	7
Aufnahmedatum:	14.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 17:30 Uhr
Länge:	00:18:45
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Barbara
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Telefonisches Interview, Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich jeweils zuhause in einem ruhigen Raum
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 20 Jahre alt, lebt in Deutschland, ist Auszubildende und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 32500 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 122 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch lief entspannt ab. B's Antworten waren sehr ausführlich.

Transkript

- 1 A: also (.) äh,
2 wie lang bist du eigentlich schon bei instagram?
3 B: ähm:,
4 also bei instagram bin ich schätzungsweise so eineinhalb
5 jahre,

42 kommt ganz drauf an (-) also am wochenende: wenn ich zum
43 beispiel allein zuhause bin,
44 dann (.) bin ich (.) eigentlich (.) n ganzen TAG drin,
45 und vor allem abends nach dem arbeiten häng ich auch,
46 wenn ich am handy bin bin ich auch nur in instagram,
47 A: so stündlich (.) ungefähr?
48 wie oft?
49 B: ha: das ist echt schwierig.
50 also unter der woche abends bestimmt bis zu drei stunden,
51 A: mhm,
52 ok.
53 ähm:,
54 und wie viel zeit verbringst du für instagram aber außerhalb
55 von instagram?
56 das heißt um fotos zu machen: um sie zu bearbeiten und so
57 weiter?
58 B: also DAS geht eigentlich relativ schnell;
59 A: wöchentlich?
60 B: wöchentlich, (-)
61 also wenn man mal rechnet wenn ich frühstück mittagessen und
62 abendessen: fotografiere,
63 dann ist es (.) sind es vielleicht zusammen fünfzehn minuten
64 mit bearbeiten und texte schreiben ja obWOHL klar wenn man
65 die texte dazuschreibt dann vielleicht dreißig minuten
66 sogar;
67 A: mhm gut,
68 ähm: auf deinem,
69 oder dein letzter post ist ja in video,
70 und da sieht man dich ähm mit noch nem mädels im
71 fitnessstudio und du machst da grad ne übung nämlich
72 schulterdrücken,
73 ähm:,
74 weshalb hast du gerade das video gepostet?
75 B: ich denk weil ich (.) oh gott ((rauschendes Geräusch))weil
76 ich (.) den mädels zeigen will wie STARK ich, (.)

77 oder halt wie wie stark ich in den schultern bin vor allem
78 weil viele immer meinen dass meine schultern grad so schön
79 sind und (-) (das wollt ich) (.) das wollt den halt ich dann
80 (.) durch das video zeigen.

81 A: ähm was hat dir sonst so an dem video gefallen dass du das
82 posten wolltest?

83 B: denk weil ich halt (.) äh: weil erstens meine beste freundin
84 mit (.) dabei ist,
85 und (.) weil man halt vor allem am anfang vom video sehen
86 kann,
87 dass es mich halt glücklich macht und dass mir das total
88 spaß macht.

89 A: wie oft in der woche postest du beiträge (.) also fotos und
90 videos?

91 B: jeden tag.

92 A: jeden tag?

93 B: ja.

94 A: machst du das so,
95 weil du lust hast jeden tag was zu posten oder machst du das
96 so bisschen ähm: weil es so: dein profil ausmacht weil es
97 deine struktur ist?

98 B: (und weils) ja: also;
99 KLAR: machts mir spaß,
100 aber wenn ich jetzt mal den ganzen tag unterwegs bin und
101 merk (.) ich hab noch nichts gepostet dann (-) ähm (.) ist
102 es schon fast wie so ein zwang dass ich noch was posten muss
103 also dass immer irgendwie was, (.)
104 dass es halt immer läuft;
105 sozusagen.

106 A: wenn du merkst dass du länger nichts gepostet hast ist es
107 dir dann unangenehm?

108 B: nee unangenehm nicht ich hab dann eher: so,
109 also wie gesagt ich fühl mich dann eher gezwungen aber
110 unangenehm ist es mir nicht.
111 dann mach ich mir eher so ein kopf was jetzt die: abonenten
112 denken,

113 weil es halt auch mal oft war,
114 da hab ich mal ein tag nix gepostet gehabt und dann (.)
115 haben gleich (.) irgendwelche mädels mir mails geschrieben
116 (.) und haben sich sorgen gemacht.

117 A: mhm, ähm.
118 wenn man so deinen feed anschaut,
119 wie sehen so deine fotos allgemein aus?

120 B: also mir ist immer wichtig dass ähm (.) alles zusammenpasst
121 und halt eher hell ist,
122 und ähm,
123 dass ich nicht nur essen poste,
124 sondern auch allgemein mal MICH (.) oder (.) oder wie ich
125 shisha rauche dass es halt nicht einfach nur auf das ganze
126 essen ist.

127 A: wie würdest du deinen feed beschreiben als als was für ne
128 art von profil?

129 B: ähm:
130 (2,5Sek.)
131 oh:,
132 nicht unbedingt gleich (.) wie motivation oder so (-) (dass
133 ich das) (.)
134 also eher so die mädels motivieren dass sie sehr viel essen
135 können und sich nicht runterhungern müssen.

136 A: ähm: also quasi so food und fitness?

137 B: achso du (x) so meintest du es,
138 ja.
139 ja genau.

140 A: mhm.
141 gut ähm::,
142 ja (.) ja,
143 bearbeitest du deine bilder?

144 B: ja, mh,
145 A: machst du das mit instagram?
146 B: ja mit instagram und eben noch (.) ähm picsart um das logo
147 einzufügen;
148 A: dein (.) tag oder?

149 ja;
150 genau (.) ähm: warum ist es dir wichtig deinen tag auf dem
151 foto zu haben?
152 B: ähm weil ich erstens nicht will dass jemand mir meine bilder
153 klaut sozusagen,
154 weil mir das damals oft passiert ist,
155 und weil ich halt (.) wenn man mich jetzt wenn man jetzt zum
156 beispiel auf der startseite durchscrollt dass man sofort
157 sieht dass es von mir war;
158 A: mhm gut äh:,
159 und machst du deine fotos hauptsächlich mit deinem
160 smartphone oder machst dus auch manchmal mit ner
161 spiegelreflexkamera?
162 B: ich mach nur mit meinem handy.
163 A: ok warum?
164 B: weil mir das sonst viel zu viel arbeit wär das mit ner
165 spiegelreflex machen zu müssen und, (--)
166 genau (.) ja.
167 A: mhm (.) ähm,
168 wie ist es so wenn du merkst dass du zum beispiel drei oder
169 vier bilder hintereinander gepostet hast wo essen drauf ist
170 hast du da so: das bedürfnis dass du was anderes postest wie
171 zum beispiel ein foto von dir: oder ist es eher nicht so?
172 B: meistens grad das was ich halt da hab also einen kopf mach
173 ich mir jetzt nicht ob ich drei vier bilder gepostet hab vom
174 essen (.) also, (--)
175 nicht unbedingt, ne.
176 A: ok ähm (.) welche bilder bringen dir generell mehr likes
177 ein?
178 B: am meisten natürlich essen,
179 und (.) vor allem wenn ich mal was ungesundes esse oder so.
180 A: warum?
181 was glaubst?
182 B: denk weil die meisten sich einfach zwingen das ganze nicht
183 zu essen und wenn sie das dann sehen,
184 dann gefälltts ihnen natürlich gleich und (-)

185 die sehen halt (.) ungesundes lieber als das gesunde weil
186 sie das halt (.) eh jeden tag essen.

187 A: mhm,
188 ähm du hast oder wir haben vorher festgestellt dass du
189 hundertzweiundzwanzig personen folgst,
190 aus welchen gründen folgst du diesen personen?

191 B: das sind meistens dann die personen,
192 denen ich äh: zu denen ich irgendeinen bezug hab,
193 und (.) wenn ich jetzt die bilder (.) in auf der startseite
194 sehe dann weiß ich auch sofort von wem das bild ist,
195 und (.) es gibt auch viele die: entfolg denen entfolg ich
196 schnell wieder weil ich (--) irgendwie vergess wer es war
197 oder halt einfach keinen bezug auf die leute hab.

198 A: ähm: wie viele personen die du abonniert hast kennst du
199 persönlich?

200 B: boah moment ich schau mal kurz durch,
201 (5Sek.)
202 also (.) den meisten freunden hab ich entfolgt weil ich mir
203 damals auch mal n privaten account gemacht hab,
204 aber so richtig persönlich mit denen die ich oft seh sinds
205 vielleicht,
206 (2Sek.)
207 zehn stück?

208 A: hast du vielleicht auch personen durch instagram kennen
209 gelernt denen du jetzt folgst?

210 B: ja: genügende.

211 A: und (.) wie kams dazu?

212 B: ähm oft weil man halt gegenseitig immer die bilder geliked
213 und komm (.) kommentiert hat,
214 und dann wurde man einem mh (.) immer mehr sympathisch,
215 und (---) mit einer bin ich auch jetzt sehr gut befreundet
216 die treff ich regelmäßig also (.) das ist jetzt einer meiner
217 besten freundinnen auch.

218 A: würdest du sagen dass die profile die du abonniert hast
219 deinem profil ähneln?

220 B: ähm:::,

221 manche ja:,
222 aber (-) jetzt mittlerweile nicht mehr,
223 weil ich jetzt mit zwei freunden
224 ein fitnessprogramm rausgebracht hab und ich denk,
225 mein profil ist jetzt nicht mehr nur so zum spaß,
226 sondern eher (.) um was (-) verkaufen zu wollen was (.) den
227 menschen wieder glücklich macht sozusagen.
228 also nee eher nicht mehr so.

229 A: wie bist du dazu gekommen so ein programm anzubieten?

230 B: (1Sek.)
231 das war damals als ich size zero gemacht hab da bin ich ja
232 auch in so ne kleine essstörung gekommen,
233 das heißt ich hab mich danach nicht mehr getraut irgendwas
234 zu essen,
235 und hab auch zehn kilo zugenommen,
236 und dann hat mich (-) der coach mal angesprochen gehabt,
237 und der hat mir dann geholfen;
238 und seitdem bin ich auch wieder voll glücklich was das ganze
239 angeht und (-) da ich halt merk dass es immer mehr mädels
240 gibt die sich so fertig machen wegen dem essen wollten wir
241 das halt einfach alles auf die beine stellen.

242 A: wenn du nicht instagram nutzen würdest,
243 wärst du dann dazu gekommen so ein programm zu hm (.)
244 erstellen oder nicht?

245 B: nee ich glaub NICHT weil: (-) dann wär ich wahrscheinlich
246 nicht mal auf das size zero gekommen weil ich das ganze die
247 ganze zeit auf instagram gesehen hab.

248 A: mhm.
249 ähm: wir sind ja wir sind jetzt gerade dabei gewesen dass (-
250) instagram dich quasi beeinflusst hat mit ähm: also mit
251 deinem programm zu beginnen;
252 wenn du jetzt drüber nachdenkst oder wenn du jetzt
253 nachdenkst wie du facebook nutzt;
254 und insbesondere WAS du auf facebook teilst,
255 vor allem was fotos angeht;

256 was sind da so die größten unterschiede zu den fotos auf
257 instagram?
258 B: also ich denk dass ich (--) auf (.) obwohl so n großen
259 unterschied gibts da gar nicht mehr,
260 am anfang wollt ich in facebook nie was mit fitness posten
261 und so:,
262 weil das war halt für mich FACEbook,
263 das ganze privAte und so weiter und wollt da irgendwie (.)
264 niemanden NERven (.) von meinen ganzen freunden,
265 aber mittlerweile post ich da auch ziemlich viel von dem
266 ganzen fitness.
267 A: also ist dein privates profil trotzdem noch ähm: mit fotos
268 aus deinem instagramprofil bestückt,
269 B: genau.
270 A: ok.
271 ähm:,
272 viele sagen dass sie sich von facebook abgewandt haben: seit
273 sie instagram haben,
274 bei dir ist es,
275 ist es bei dir so oder eher nicht so?
276 B: ja ist auch eher so.
277 A: und was glaubst du woran das liegt?
278 B: ich denk weil ich in (---) äh in facebook sind halt immer
279 weniger leute und (---) da die ganzen leute die hier auch
280 wohnen nicht so gut auf mich zu sprechen sind weil sie das
281 alles ein bisschen (.) scheiße finden oder lächerlich finden
282 was ich in instagram mach,
283 will ich da auch gar nicht so rumschauen weil mich die dann
284 auch nicht mehr so interessieren.
285 A: ähm (.) was erhältst du für feedback von leuten auf facebook
286 die deine fotos sehen?
287 B: nochmal,
288 A: ja wenn du (-) dir so,
289 also du bekommst ja in instagram feedback auf deine fotos
290 und wie siehts da in facebook aus?
291 B: da (-) also da ich in facebook auch viele mädels hab,

292 die instagram haben,
293 ähm:: also da hab ich gemerkt,
294 dass nur DIE die oder meistens nur die die auch instagram
295 haben,
296 die (-) kommentieren was nettes und so weiter und die
297 anderen ignorieren das meistens total.

298 A: mhm.
299 ok.
300 du hast auf deinem instagramaccount zweiunddreißigtausend
301 komma fünf follower;
302 wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
303 folgen?

304 B: also: (--) anfangs also ich zum beispiel meine zehntausend
305 hatte,
306 hab ich schon gedacht boah das ist schon viel aber das war
307 einem halt nicht bewusst aber jetzt,
308 denk ich mir ha zehntausend ist ja NIX also es ist einem (.)
309 irgendwo gar nicht bewusst,
310 dass das so viele menschen sind die einem folgen aber
311 manchmal denkt man dann eher so drüber nach,
312 und dann (.) ist man da schon stolz dass man so viele leute
313 erreichen kann.

314 A: beeinflusst dich die zahl deiner follower beim posten von
315 fotos?

316 B: (2Sek.)
317 wenn ich ehrlich bin nicht also ab und zu denk ich dann
318 drüber nach, wie viele menschen das jetzt eigentlich sehen,
319 vor allem gibts auch leute die hier wohnen aber ich schreib
320 da nur meine gedanken und denk da gar nicht drüber nach wer
321 oder wie viele das eigentlich sehen können.

322 A: hat sich da deine motivwahl geändert was vielleicht äh (--)
323 die darstellung von dir selber betrifft also was heißt,
324 ich mein (.) ähm,
325 wenn du (.) zum beispiel nachdenkst,
326 als du weniger follower hattest hast du da vielleicht mehr
327 bilder von dir gepostet oder ist das eher nicht so?

328 B: also::,
329 nee (.) eigentlich war das schon immer so dass ich dasselbe
330 gepostet hab und auch immer so ähnliche sachen geschrieben
331 hab;
332 A: ähm weshalb glaubst du hast du so viele follower?
333 B: ich denke vor allem wegen den ganzen vorher nachher bildern
334 oder beziehungsweise das,
335 als ich size zero gemacht hab,
336 da: (-) hatt ich dann als erstes so n krasses vorher nachher
337 bild,
338 was dann natürlich die ganzen leute angezogen hat,
339 und (-) ein paar wochen später hab ich ja size zero total
340 schlecht gemacht und dann bin ich NOCH (.) bekannter
341 geworden sozusagen,
342 und ich denk dass war dann der große ausschlagpunkt dass (.)
343 mich (.) so viele abonniert haben.
344 A: wie wichtig sind dir viele follower?
345 B: (1Sek.)
346 also: (-) irgendwo: kann ichs mir nicht mehr vorstellen,
347 also es tut GUT sozusagen die ganze aufmerksamkeit zu
348 bekommen,
349 und: das motiviert einen halt total:,
350 also deswegen ist es eigentlich (.) mit: (-) also ich glaub
351 das ist auch n grund warum ich so motiviert bin was das
352 ganze fitness angeht,
353 aber andererseits,
354 (1,5Sek.)
355 w (.) wünsch ich mir auch oft das (.) das gar nicht zu
356 haben,
357 weil ich wirklich (.) VIEL zu viel zeit damit verbring;
358 A: ähm:,
359 wenn dich jemand zwingen würde entweder dein facebook oder
360 dein instagramprofil zu löschen welches wäre es und warum?
361 B: auf jeden fall facebook weil: ich jetzt grad merk,
362 dass instagram im leben sogar weiterbringen kann.
363 A: durch dein programm?

364 B: ja genau zum beispiel.
365 A: äh mhm.
366 noch andere gründe vielleicht?
367 B: ich denk,
368 (1,5Sek.)
369 weil das sozusagen mein zweites LEben ist (.) also so krank
370 wie es eigentlich ist;
371 (1Sek.)
372 weiß nicht;
373 ich kanns mir nicht mehr vorstellen da nix mehr zu posten
374 oder,
375 so (.) dass ich auf einmal WEG bin sozusagen.
376 A: äh du bist ja (.) durch deine hohe followeranzahl quasi ne
377 expertin darin viele follower zu haben,
378 was glaubst DU was man deiner meinung nach ähm,
379 posten muss,
380 wie man sich präsentieren muss,
381 wie man sich verhalten muss ähm in instagram damit man viele
382 follower bekommt?
383 B: also man sollte auf jeden fall sehr viel persönliches auch
384 posten oder halt schreiben,
385 damit man halt (.) äh mehr von den menschen SO privat
386 erfährt weil das einen dann oft sympathisch macht;
387 und: ähm:,
388 (3Sek.)
389 ja,
390 vielleicht auch immer sehr ehrlich sein wie ichs auch immer
391 (.) bin.
392 A: ähm unabhängig von fotos gibt es noch weitere taktiken wie
393 man ähm (.) versuchen kann mehr follower zu kriegen,
394 durch beispielsweise shoutouts (.) durch follow for follow
395 (.) durch hashtags und so.
396 machst du sowas oder hast du sowas gemacht,
397 bevor du so viele follower hattest?
398 B: also bevor ichs gemacht,
399 äh bevor ich so viele follower hatte hab ich,

400 ähm: ziemlich OFT diese hashtags benutzt,
401 aber jetzt äh (.) nehm ich nur noch die von unserem
402 programm,
403 und shoutouts mach ich auch noch regelmäßig welche aber nur
404 mit leuten die ich auch wirklich (.) sehr gern mag oder sehr
405 schätze.

406 A: äh jetzt zu nem anderen thema und zwar (.) dein profil ist
407 öffentlich,
408 (1Sek.)
409 und äh weshalb hast du dich dafür entschieden dein profil
410 öffentlich zu machen?

411 B: ich glaub das ähm: war, (-)
412 damals gabs die einstellung glaub ich noch gar nicht dass
413 das privat sein kann,
414 so wie ich mich erinner,
415 deswegen (.) hat sich das dann so ergeben und ich dachte mir
416 als die follower dann immer mehr wurden wieso soll ichs
417 jetzt noch privat machen?
418 und (--) war dann auch stolz drauf und wollte das alles auch
419 zeigen was ich mach.

420 A: welche informationen kann man auf deinem profil von dir
421 finden?
422 insbesondere bei den bildunterschriften und bei er profil äh
423 information,

424 B: ähm,
425 meinst jetzt auch was ich,
426 also dass ich in kempten wohn zum beispiel?

427 A: genau,
428 solche sachen (.) mhm.

429 B: ja auf jeden fall (-) ähm:,
430 was meine größten hobbies sind also das fitness und
431 shisharauchen zum beispiel,
432 und dass ich in kempten wohn,
433 aber eigentlich wohn ich da gar nicht direkt,
434 ich hab, das ist ne halbe stunde von mir entfernt also ich
435 würd nie: angeben,

436 das (.) wo ich direkt wohne.
437 aber andererseits post ich auch oft ein bild,
438 wie ich im garten sitz oder so:,
439 und ich (x) das kennen auch viele wo das ist,
440 weil es halt halt am see ist.
441 also ich glaub dass ich oft ZU private sachen poste;
442 A: ähm (.) man findet auch noch (.) weitere sachen von dir auf
443 deinem profil,
444 beispielsweise deine email adresse:,
445 dein wordpressaccount und dein (.) die website zu deinem
446 programm.
447 warum hast du dich entschlossen die ganzen informationen da
448 zu posten?
449 B: ähm,
450 also mein blog,
451 also das wordpress ding (.) hab ich mal nur eingefügt weil
452 ich (.) weil alle was erfahren wollten wie es mir nach size
453 zero geht und so weiter,
454 und aus dem grund hab ich das mal eingefügt und da ich dann
455 gemerkt hab dass die (.) äh sich total für die ganze
456 geschichte interessieren hab ich (.) hab ich das auch drin
457 gelassen und,
458 da ich auch so viele aufrufe hatte,
459 hab ich das äh fand ich das dann auch richtig cool und
460 wollte damit weitermachen;
461 (--)
462 und die email adresse,
463 oft (.) weil ich viele kommentare übersehe,
464 und (.) die mir deswegen dann auch ne email schreiben
465 können.
466 A: welche informationen würdest du auf instagram niemals
467 veröffentlichen?
468 B: boah:,,
469 also auf jeden fall,
470 (2Sek.)
471 ähm.

472 (5Sek.)
473 meinen direkten standort,
474 beziehungsweise halt wo ich wohn genau,
475 meine adresse,
476 aber sonst,
477 fällt mir da nix ein.
478 A: ähm:,
479 wie siehts aus was fotos und posten angeht,
480 also: gibts da irgendwas was du niemals posten würdest?
481 B: auf jeden fall sowas wie unterwäschebilder,
482 also ich hab zwar bikinibilder aber das mit der unterwäsche
483 find ich (.) zum beispiel jetzt NOCHmal was anderes;
484 ähm,
485 (1Sek.)
486 das würd ich glaub ich nie tun.
487 und einfach wie man besoffen irgendwo rumliegt,
488 keine ahnung,
489 sowas in der richtung.
490 A: wie siehts aus mit äh familienfotos (.) oder fotos [mit
491 freunden?]
492 B: [da auch
493 nicht] unbedingt;
494 ich frag auch oft wenn ich mit leuten unterwegs bin,
495 wo mit auf dem bild sind,
496 frag ich als allererstes ob die (.) ob das ok ist wenn ich
497 das hochlade weil, (-)
498 ICH bin zum beispiel sehr empfindlich was bilder angeht,
499 wenn ich da nur einmal komisch ausseh dass HASS ich das
500 wenss im internet ist,
501 und man weiß auch nicht ob (.) alle das wollen (.) dass es
502 irgendwie über dreißigtausend menschen sehen;
503 A: mhm (.) mhm,
504 B: ja.
505 A: gut ähm (.) dann noch ne frage und zwar glaubst du dass du
506 instagram in den nächsten jahren noch nutzen wirst?
507 B: ja auf jeden fall.

508 A: warum?
509 B: ich denk weil ich (--) erstens,
510 weil ich ja jetzt mit meiner ausbildung fertig bin,
511 und jetzt ja mit diesem programm mein geld verdienen will
512 sozusagen,
513 A: mhm,
514 B: und weil das (--) denk ich wirklich schwierig ist,
515 von heute auf morgen einfach damit sofort aufzuhören.
516 A: ähm,
517 hast du noch (-) äh also abschließend hast du noch irgendwas
518 was du noch hinzufügen möchtest zu dem thema?
519 B: mh hab ich nicht.

1. Rahmendaten:

Projekt:	Qualitative Studie zur Selbstdarstellung junger Frauen auf der Photo-Sharing-Plattform Instagram
Aufnahme-Nr.:	8
Aufnahmedatum:	22.05.2015
Ort:	telefonisch
Uhrzeit:	ca. 11:45 Uhr
Länge:	00:17:32
Interviewende/r:	Tamara Milutinovic
Befragte/r:	Bella
Transkribierende/r:	Tamara Milutinovic

2. Inhaltsspezifische Angaben:

Gesprächstyp:	Problemzentriertes Interview
Gesprächssituation:	Face-To-Face-Interview; Interviewerin (A) und Interviewte (B) befinden sich gemeinsam im Außenbereich eines Cafés in Mannheim.
Anzahl der Gesprächsteilnehmer:	2
Merkmale der Interviewten (B):	B ist weiblich, 20 Jahre alt, lebt in Deutschland, hat gerade ihr Abitur abgeschlossen und nutzt Instagram. Die Zahl ihrer Abonnenten liegt zum Zeitpunkt des Interviews bei 55.000 Personen, die Zahl ihrer Abos bei 849 Personen.
Gesprächsverlauf:	Das Gespräch verlief locker und entspannt ab. Im Hintergrund sind Geräusche vorbeifahrender Autos zu hören.

Transkript

- 1 A: ähm (---) wie lange bist du schon (.) bei instagram?
- 2 B: ähm: seit: (-) oh gott,
- 3 ungefähr drei jahren?
- 4 also: ich hab das angefangen halt so für persönliche bilder
- 5 und hab dann halt die filter so benutzt,

6 und:: ja hab dann halt nach und nach einfach (-) mehr bilder
7 hochgeladen.

8 A: ähm wie bist du dazu gekommen instagram zu nutzen?

9 B: ja: halt wie gesagt eher (-) wegen den filtern weil ich die
10 am anfang (.) voll SCHÖN fand,
11 und: (---) ja irgendwann hab ich mir dann bei (-) anderen
12 profilen zum beispiel bei (--) its caro die ist ja auch
13 ziemlich bekannt (---) so ein bisschen was abgeguckt halt
14 ähm (--) ja dass die halt alles so nach einem THEma macht,
15 und dann hab ich das halt auch angefangen,
16 und ähm (--) kamen halt nach ner zeit immer mehr follower
17 dazu.

18 A: hat dich eigentlich irgendjemand dazu gebracht instagram zu
19 nutzen oder woher kennst du instagram?

20 B: nee das hab ich halt nur so (.) aus dem app store gefunden
21 als ich ein iphone gekauft hab.

22 A: ähm (-) wie viel zeit verbringst du am tag auf istagram?

23 B: ((lacht))
24 ähm (.) ja (.) SCHON ziemlich viel,
25 ich würd schon so sagen (.) drei vier stunden,
26 also wenn ich viel zeit hab,
27 weil ich ja auch noch einen privaten account hab.

28 A: ähm warum hast du einen privaten account?

29 B: weil ähm ich da schon mal bilder hochlad die net in das
30 thema von dem äh hauptaccount (.) account reinpassen,
31 und ähm: (-) ja,
32 auch so für freunde, ja.

33 A: ähm,
34 wie viel zeit verbringst du ähm für instagram,
35 aber außerhalb von instagram das heißt für fotos oder zum
36 bearbeiten von fotos?

37 B: ähm (.) ja (.) schon ziemlich viel,
38 also so EIN foto braucht ungefähr (---) ja schon so ne
39 stunde vorbereitung vielleicht.

40 A: ähm (.) macht es dir spaß oder ist es schon manchmal nervig?

41 B: manchmal ist es schon nervig.

42 vor allem (--) wenn man halt ähm so kampagnen hat und (-)
43 schon (.) vorgeschrieben bekommt,
44 WAS man wie posten soll,
45 und dann ist es manchmal schwierig mit äh seinem eigenen
46 stil so zu vereinbaren.
47 A: erzähl mal was von diesen kampagnen.
48 B: also (.) ich bin halt bei ner werbeagentur angemeldet,
49 und immer wens halt ne neue kampagne gibt,
50 krieg ich ne nachricht,
51 und (.) ähm: (.) da steht dann halt drin,
52 wie viele fotos ich posten muss,
53 zu welchem zeitpunkt,
54 das darf ich mir auch manchmal selbst aussuchen,
55 ähm::: und dann (.) halt welche firma das also welche marke
56 das ist,
57 ähm und worums geht also ob es ein gewinnspiel ist oder ob
58 mir was zugeschickt wird,
59 ähm: joa und dann kann ich halt dann entscheiden ob ichs
60 annehmen will oder nicht und ja.
61 A: wie bist du dazu gekommen?
62 B: ähm da wurde ich angeschrieben.
63 A: also in instagram?
64 B: ja.
65 A: ähm wie lang ist das her?
66 wie viele follower hattest du da?
67 B: öhm,
68 (---)
69 oh gott (-) bestimmt schon anderthalb jahre her da hatte ich
70 vielleicht dreißigtausend follower oder so (.) keine ahnung.
71 A: ähm auf deinem letzten foto sieht man ja [unverständlich]
72 B: [unverständlich]
73 A: ich habs jetzt einfach ((lacht))
74 B: ((lacht))
75 A: sieht man ähm ein getränk,
76 B: ja
77 A: und im hintergrund sieht man so blumen und

78 B: <<lachend> ne lampe;>
79 A: ne lampe, ((lacht))
80 B: <<lachend> ja.>
81 A: ähm warum hast du genau das foto gepostet?
82 B: ähm: weils von den farben her gut reingepasst hat,
83 und (-) ich grad so ein flow hatte, ((lacht))
84 gestern beim fotos machen.
85 A: ähm (.) wie oft in der woche postest du fotos?
86 B: ähm (--) also jeden tag eigentlich so ein zwei fotos (-)
87 mindestens.
88 A: machst du das eher so regelmäßig oder machst du das so
89 spontan nach lust und laune?
90 B: also ich verSUCHS regelmäßig zu machen: ,
91 aber: manchmal klappts halt auch nicht weil ich arbeiten
92 muss oder dinge erledigen;
93 A: wenn es dann nicht klappt fühlst du dich dann unter druck
94 gesetzt oder
95 B: ja
96 A: unter zwang?
97 B: ja schon;
98 also ich hab dann auch das gefühl dass (-) ähm: ich eher
99 unfollower hab und man bekommt halt mehr follower mit nem
100 neuen bild;
101 also klar solls nicht (.) nur um die zahl gehen,
102 die da steht aber,
103 (---)
104 die konkurrenz ist schon groß in instagram was das betrifft.
105 A: ähm:: wie sehen deine anderen fotos aus?
106 welche art von fotos postest du am liebsten?
107 B: ähm,
108 ja halt outfits,
109 ähm: mein zimmer,
110 essen ((lacht)),
111 und schminke und so.
112 A: gibt es auch sachen die du nicht gern postest?
113 B: ähm:

114 (3Sek.)
115 joa,
116 (3Sek.)
117 ja ich weiß nicht,
118 outfits sind manchmal (.) wenn ich halt was zugeschickt
119 bekomm mir das halt nicht so gefällt und ichs dann trotzdem
120 hochladen muss dann,
121 (---)
122 ja: fühl ich mich nicht so wohl dabei aber,
123 (--)
124 ja kann man nix machen. ((lacht))
125 A: gibt es was das du niemals posten würdest auf instagram?
126 B: ähm: (-) ja also irgendwelche (--) freizügigen dinge (-)
127 würd ich niemals posten oder (---) was jetzt ähm (--)
128 vielleicht (--) auf meine jüngeren follower die jetzt
129 vielleicht zwölf sind oder so (--) die irgendwie gefährden
130 könnte oder einen schlechten einfluss auf die haben könnte.
131 A: äh was hältst du von personen die solche bilder posten also
132 die sich freizügig zeigen?
133 B: hm also ich halt davon nicht viel,
134 klar ist das jedem selbst überlassen aber ich würd sowas
135 halt nie machen,
136 (1Sek.)
137 weil man muss halt auch an die zukunft denken ähm (-) wenn
138 man später irgendwo mal einen job will,
139 (1Sek.)
140 man ist ja schon sehr präsent im internet,
141 ja.
142 A: ähm:,
143 (2Sek.)
144 wenn du so über deine fotos nachdenkst,
145 über deinen feed: deinen account,
146 B: ja,
147 A: denkst du dass du auch manchmal versuchst abwechslungsreiche
148 bilder zu posten das heißt (.) wenn du zum beispiel drei

149 outfitbilder hast dass du dann merkst hm (.) ich muss jetzt
150 was über essen posten oder so?

151 B: ja also da muss man schon aufpassen dass man nicht äh (-)
152 zwei ziemlich gleiche fotos nacheinander postet weil,
153 das ist halt relativ (-) ja,
154 ziemlich langweilig,
155 also es gibt zum beispiel accounts denen ich folg,
156 ähm ich will jetzt <<schmunzelnd> keinen namen nennen oder
157 so,>
158 wo dann halt (-) jedes bild (-) fast gleich ist zum beispiel
159 ein selfie oder so und das find ich dann halt (.) mega
160 langweilig also;
161 das find ich persönlich dann uninteressant und ich versuch
162 dann das schon (--) dass es (.) zusammenpasst,
163 das gesamte zusammenbild halt,
164 aber äh (-) dass es trotzdem abwechslungsreich ist.

165 A: ähm inwiefern repräsentiert dein account dich selber?

166 B: hm: ,
167 ist ein bisschen schwierig;
168 ähm: (-) also (.) die meisten outfits zum beispiel die ich
169 zeig,
170 würd ich so nicht draußen anziehen;
171 weils mir zu schick ist oder so: ,
172 zum beispiel kleider,
173 aber so vom essen her und ähm,
174 (2Sek.)
175 ja: und von meinem zimmer her,
176 das repräsentiert mich eigentlich schon,
177 so meinen stil generell.

178 A: welche fotos bringen dir generell mehr likes ein?

179 B: essen. ((lacht))

180 A: und welche eher weniger?

181 B: öhm: outfits.
182 also halt die bilder von (.) mir selber.

183 A: was glaubst du woran das liegt?

184 B: (1Sek.)

185 A: mh (-) ich glaub das halt viele dann äh vielleicht fotos ähm
186 auf anderen plattformen posten,
187 ähm hab ich zum beispiel oft gesehen dass meine bilder dann
188 auf äh tumblr oder weheartit sind,
189 und ähm (-) ja vielleicht hat es damit was zu tun,
190 aber ich weiß nicht.

191 A: ähm: (xx),
192 wie fühlst du dich wenn ein bild von dir sehr viele likes
193 bekommt?

194 B: ja es ist SCHON (.) cool,
195 man (.) ist auch schmeichelhaft aber ähm: (-) ja wie gesagt
196 es ist ja nur ne zahl,
197 und es ist auch nur was virtuelles also:,

198 A: wenn du merkst dass du ähm wenige likes auf ein bild
199 bekommst,
200 hast du dann manchmal das bedürfnis es auch zu löschen?

201 B: ja also eher wie ein (.) foto wo mehr likes drauf sind.
202 ist halt auch dann manchmal ernüchternd wenn man sich viel
203 mühe für ein foto gibt und dann halt ähm (-) das nicht so
204 gut ankommt aber, (--)
205 kann man halt vorher nie wissen.

206 A: mh (-) wir haben ja festgestellt dass du ähm::,
207 (2Sek.)
208 achthundertneunundvierzig personen folgst.

209 B: mhm,

210 A: aus welchen gründen folgst du diesen personen?

211 B: ähm,
212 also meistens wenn ich ähm,
213 (---) auf den shoutouts leute seh,
214 dann folg ich denen (.) oder (.) halt auch marken,
215 oder (-) firmen,
216 aber ich versuch ähm die zahl bisschen zu verringern weil es
217 halt schon ziemlich viel ist,
218 aber ich folg halt ziemlich schnell leuten also joa,
219 ((lacht))

220 A: folgst du auch personen die du kennst oder machst du das
221 auch auf deinem privaten account?
222 B: ich folg auch leuten leuten die ich kenn.
223 also meinen besten freundinnen,
224 meiner schwester,
225 ja.
226 A: wie viele leute der achthundertneunundvierzig personen sind
227 leute die du kennst?
228 so ganz schätzungsweise,
229 B: hm (--) ich würd sagen fünfzig bis hundert?
230 also auch leute die ich über instagram (.) kennen gelernt
231 hab dann.
232 A: die übrigen personen würdest du sagen dass die so (.)
233 ähnliche accounts haben wie du oder nicht?
234 B: vielleicht die hälfte davon.
235 A: ähm:.,
236 ah ja.
237 jetzt zu facebook.
238 B: mhm.
239 A: wenn du so darüber nachdenkst was du so auf facebook teilst
240 insbesondere was fotos angeht
241 was sind da so die größten unterschiede zu den fotos auf
242 instagram?
243 B: ja also (--) facebook nutz ich nur (.) für private zwecke,
244 also (.) da post ich dann zum beispiel vielleicht fotos mit
245 meiner mutter: oder halt generell mit meiner familie,
246 mit meinem bruder,
247 und sowas will ich halt einfach nicht (-) in instagram
248 öffentlich machen weil (.) es könnte dann vielleicht für
249 (---) andere zwecke dann also ich weiß halt nicht,
250 will halt nicht dass das jeder (.) sieht.
251 A: ähm (-) dass viele jugendliche sich von facebook abwenden
252 und eher zu instagram switchen ist jetzt so ein trend,
253 B: ja.
254 A: was glaubst du woran das liegt?
255 B: hm das es einfach,

256 also dass es einfacher ist(.) fotos zu teilen,
257 dass man (--) mehr,
258 also ein größeres publikum hat,
259 und es ist (---) ich würd sagen es ist anonymer als facebook
260 weil,
261 da steht nicht (.) also man muss nicht angeben wo man wohnt,
262 auf welche schule man geht,
263 man kann leuten schneller entfolgen auf (-) äh facebook ist
264 es halt so sachen mit freundschaftsanfragen senden und (.)
265 ja.
266 A: du hast ja grad eben das große publikum erwähnt;
267 B: ja.
268 A: was ist so toll an nem großen publikum?
269 B: ähm ((lacht)) ja das man vielleicht bekannter werden kann
270 durch instagram oder:
271 (1Sek.)
272 ich weiß gar nicht,
273 (1Sek.)
274 man kann halt mehr entdecken,
275 (2Sek.)
276 ja.
277 A: welches profil spiegelt dich als (.) als dich selbst besser
278 wider?
279 oder äh,
280 B: hm:,
281 meinst du meine persönlichkeit?
282 A: also wenn,
283 stell dir mal vor jemand würde dich ähm nicht kennen,
284 B: ja.
285 A: und hat aber einblick auf dein facebookprofil und dein
286 instagramprofil.
287 wo würde diese person eher dich sehen?
288 B: auf facebook.
289 A: warum?
290 B: weil ähm (-) ich dort eher mal (--) mit freunden halt was
291 öffentlich poste,

292 und ich denk dort würde man mehr über meine persönlichkeIt
293 erfahren.
294 instagram ist halt schon (.) eher ein konzept also; (--)
295 mein instagram ist halt schon (-) ne werbeplattform wenn
296 mans so nehmen kann also nicht NUR (-) zum teil halt.
297 A: hm,
298 du hast ja zurzeit fünfundfünfzigtausend instagramfollower,
299 wie fühlt es sich für dich an dass dir so viele personen
300 folgen?
301 B: hm das ist schon schwierig sich das manchmal vorzustellen,
302 weil (-) wenn man das zum beispiel mal vergleicht,
303 das ist so viel vielleicht (.) wie in die es a pe arena
304 passen aber vielleicht auch mehr,
305 A: es ist ungefähr ein siebtel von mannheim.
306 B: oha,
307 <<schmunzelnd> ok.>
308 ja das ist schon (--) heftig sich das vorzustellen ähm,
309 vor allem (.) man kann ja im internet gucken,
310 aus welchen ländern die kommen,
311 und wenn ich dann manchmal sehe dass leute zum beispiel aus
312 (-) keine ahnung, (---)
313 amerika oder brasilien (.) oder so;
314 also nordamerika oder brasilien südamerika mir dann FOLgen,
315 ists schon (-) schwierig sich vorzustellen,
316 vor allem wie die leute dann auf mein profil gekommen sind,
317 also.
318 A: macht es dir manchmal angst?
319 dass du vielleicht nicht den überblick hast,
320 wie viele dir folgen oder welche personen dir folgen?
321 B: ja,
322 oder was für mich (-) was ICH manchmal komisch find ist
323 wenn,
324 ähm:,
325 halt leute
326 (2,5Sek.)

327 längere konversationen in anderen sprachen die ich nicht
328 verstehe,
329 unter meinen bildern (.) führen,
330 und dann hab ich manchmal das gefühl machen die sich LUSTig
331 über das bild,
332 machen die sich lustig über MICH?
333 deswegen versuch ich das auch immer so: äh zu begrenzen was
334 ich von mir selbst veröffentlichen,
335 damit (.) weil ich hab dann keine lust,
336 dass irgendwie: (.) das ins lächerliche gezogen wird oder
337 so.

338 A: mhm,
339 ähm:,
340 weshalb glaubst du dass du so viele follower hast?

341 B: hm:,
342 ja ich denk halt dass,
343 ähm:.,
344 viele mädchen sind,
345 die halt weil das,
346 ja ich poste ja halt genau das so was teenager mädels halt
347 gefällt und,
348 (--) ja.

349 A: ähm:,
350 wie wichtig sind dir viele follower?
351 (1Sek.)
352 ganz ehrlich;

353 B: hm:,
354 also es ist natürlich wie gesagt sehr schmeichelhaft,
355 wenn man viele follower und likes hat,
356 aber (--) instagram ist nicht für mich das (.) hauptteil im
357 leben,
358 klar ist es cool eben (.) ne einkommensquelle zu haben und
359 auch ähm,
360 (-) zu sehen dass bilder gut ankommen (.) oder,
361 ja das ist ja schon mein hobby;
362 aber ähm: wenn ich kein instagram mehr hätte,

363 wär das jetzt auch nicht (.) der weltuntergang (.) für mich,
364 also:, ich hab ja auch noch ein leben <<lachend> neben
365 instagram.>

366 A: wenn jetzt jemand dein instagramprofil hacken würde und du
367 würdest nicht mehr reinkommen wär das dann nicht voll
368 schlimm für dich?

369 B: ja naTÜRlich wär das dann voll schlimm für mich,
370 ich würde auch versuchen (.) dann wieder (.) für mich zu
371 bekommen,
372 aber (.) ich mein,
373 man muss ja auch mal überlegen ich werd ja auch älter und
374 irgendwann (.) hab ich wird ich auch keine zeit mehr haben
375 vielleicht auch während dem studium oder keine ahnung,
376 ich geh ja jetzt auch nach australien ähm,
377 und das (.) ja,
378 wär jetzt nicht der weltuntergang für mich.

379 A: du hast ja ziemlich viele follower haben wir grad
380 <<schmunzelnd> festgestellt,>
381 deswegen (.) könntest du wahrscheinlich beantworten was man
382 tun müsste was man posten müsste wie man sich präsentieren
383 müsste auf instagram,
384 um viele follower zu bekommen?
385 was ist (.) deiner meinung nach (.) äh wichtig?

386 B: hm also das wichtigste ist auf jeden fall dass die bilder ne
387 gute qualität haben;
388 dass ähm:,
389 dass auch (.) dass das gesamtbild der galerie halt
390 zusammenpasst,
391 (xx xx xx)
392 und (.) ja äh dass das ganze in sich stimmig wirkt,
393 also (-) wenn jetzt zum beispiel jemand ähm,
394 keine ahnung (.) die ganze zeit outfits postet und dann auf
395 einmal nur landschaftsbilder;
396 das würd denk ich mal nicht gut ankommen weil, (.)
397 wenn ich mir jetzt ein profil anguck dann (---) folg ich der
398 person eher wenn ähm:,

399 ja das es halt alles zu einem thema passt;
400 und mir das auch gefällt,
401 und meine meine interessen auch widerspiegelt.
402 A: mh außerhalb von den fotos und der qualität ähm: gibt es ja
403 noch andere sachen,
404 sowas wie (.) hashtags,
405 shoutouts ähm,
406 follow for follow (.) like for like,
407 B: ja:.
408 A: und solche sachen,
409 ähm:,
410 was findest du da hilfreich,
411 was findest du eher unnötig?
412 B: also,
413 ich bin generell GEgen shoutouts,
414 ich mach auch keine,
415 ich post auch diese komischen hashtags nicht,
416 weil ich (.) finds einfach unnötig;
417 weil das halt jeder macht und dann glaub ich halt nicht dass
418 das viel bringt,
419 ähm: (.) aber wenn jetzt halt,
420 ich mein ich folg ja ziemlich vielen leuten also
421 achthundertvierzig oder so,
422 und ähm, (---)
423 wenn dann jemand auf meiner startseite wenn ich dann halt
424 shoutouts seh und mir die bilder WIRKlich gut gefallen,
425 DANN folg ich auch schon mal aber das ist eher selten der
426 fall.
427 A: also glaubst du dass diese taktiken eher nicht so wichtig
428 sind?
429 B: nee,
430 also vielleicht (.) bei kleineren accounts,
431 ich weiß es nicht,
432 aber ähm (--) ich hass shoutouts.

433 ich finde es einfach ULtra nervig: (.) wenn ich in instagram
434 gehe und ich die ganze startseite damit voll hab deswegen
435 mach ich auch keine.
436 also,
437 ich machs vielleicht mal für eine freundin oder so:,
438 aber ähm ja jetzt,
439 (1Sek.)
440 jetzt nicht der regelfall dass ich das mach.
441 A: gut dann wären wir jetzt bei nem anderen thema,
442 B: ja?
443 A: und zwar öffentlichkeit.
444 dein profil ist ja öffentlich;
445 warum hast du dich damals dazu entschieden dein profil
446 öffentlich zu machen?
447 B: ja ich glaub am anfang hatte ich es mal privat,
448 weil (.) wie gesagt,
449 ich hab dann eher private bilder hochgeladen,
450 man sieht auch noch ein paar,
451 ich hab fast alles dann gelöscht,
452 aber (.) von vor zweieinhalb jahren oder so wo ich schon mal
453 in australien war hatte ich noch so ein paar bilder drin,
454 n großteil hab ich dann aber gelöscht,
455 wo meine schwester und ich mit drauf waren und so;
456 ähm:,
457 (1,5Sek.)
458 joa.
459 aber ich hab dann halt (.) als ich gemerkt hab,
460 dass ich (.) äh mehr follower bekomm dann hab ichs halt
461 öffentlich gemacht.
462 A: hm:,
463 ähm welche informationen findet man so auf deinem profil?
464 so was ähm die profilinformation angeht,
465 oder bildunterschriften?
466 B: ähm:,
467 eigentlich nur so:
468 A: du darfst auch gern drauf schauen.

469 B: ja,
470 halt also ((lacht))
471 A: ((lacht))
472 B: mein alter,
473 mein ähm snapchat name,
474 (2Sek.)
475 wo ich wohn also mannheim halt,
476 da bin ich halt auch die meiste zeit,
477 ähm: mein blog,
478 meine e mail adresse falls ich anfragen bekomm,
479 und ja unter bildern eigentlich,
480 schreib ich eigentlich nur das was selbst auf dem bild zu
481 sehen ist.
482 A: welche ähm informationen würdest du niemals veröffentlichen?
483 B: wo ich geNAU wohn,
484 wie mein NACHname ist,
485 mein vollständiger nachname,
486 ähm:,
487 (2,5Sek.)
488 was würde ich noch nicht sagen?
489 hm:,
490 (1Sek.)
491 ja halt so private dinge,
492 vielleicht mein genaues geburtsdatum,
493 wo ich zur schule gegangen bin,
494 wo ich arbeite,
495 und so sachen.
496 A: und warum?
497 B: ja weils halt meine privatsphäre ist,
498 und (-) ja das,
499 ja ich weiß nicht,
500 ich will halt nicht dass das öffentlich ist und das jeder
501 weiß.
502 A: ähm,
503 ja jetzt noch eine frage,

504 und zwar glaubst du du wirst instagram in den nächsten
505 jahren noch weiterhin nutzen?

506 B: ja ich denk schon,
507 also: wie gesagt das ist mein hobby,
508 und es macht mir spaß,
509 auch wens manchmal ein bisschen nervig ist.
510 aber ähm,
511 ja.
512 (--)
513 ich mein,
514 ich mach das jetzt schon (.) ziemlich lange,
515 und ähm,
516 (2Sek.)
517 ja aber ich denk jetzt wenn ich,
518 irgendwann mal <<schmunzelnd> vielleicht mal> (.) irgendwann
519 mal in zehn jahren oder so ne familie gründen sollte,
520 dann denk ich nicht dass es noch (.) präsent sein soll.

521 A: hast du vielleicht noch irgendwas was du loswerden möchtest
522 zu dem thema?

523 B: ähm:,
524 nö (.) eigentlich nicht.
525

Impressum

ON SCREEN ist eine Onlinepublikationsreihe des
Lehrstuhls Prof. Dr. Angela Keppler
Universität Mannheim
Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft
Haus Oberrhein
Rheinvorlandstr. 5
68159 Mannheim
Kontakt: mklueber@mail.uni-mannheim.de

Redaktion:
Maie Klüber, Carolina Fenner, Angela Keppler

Haftungsausschluss:
Die Universität Mannheim prüft und aktualisiert die Informationen auf dieser Website permanent. Eine Garantie oder Haftung für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit und Verfügbarkeit der zur Verfügung gestellten Informationen kann jedoch nicht übernommen werden.

Für den Inhalt fremder Seiten, auf die mittels Hyperlink (URL) verwiesen wird, sind die Autoren nicht verantwortlich. Bitte wenden Sie sich an den zuständigen Informationsanbieter.

Urheberrecht/Copyright:
Das Layout, sämtliche Grafiken und Fotos sowie die Textbeiträge sind urheberrechtlich geschützt, soweit nicht anders gekennzeichnet. Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen. Änderungen dürfen nicht vorgenommen werden.

Veröffentlicht unter einer Creative-Commons-Lizenz:

