Masterarbeit

zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts (M.A.)

Mutterschaft in den sozialen Medien - eine Analyse der visuellen Inszenierung von Frauen am Beispiel von Instagram

Eingereicht im Fachbereich Soziale Arbeit, Gesundheit und Medien

am: 28.08.2019

von: Vivien Christoph
[redacted]
Matr.-Nr.: 20172923
MA Sozial- und Gesundheitsjournalismus

Erstgutachterin

Prof. Dr. Elke Grittmann

Zweitgutachterin

Prof. Dr. Claudia Nothelle

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis I

1. Einleitung 4
2. Theoretischer Hintergrund 7
   2.1 Identitätsbegriff nach Goffman 8
   2.2 Visuelle Inszenierung der Identität in sozialen Medien 10
      2.2.1 Die Rolle des Bildes 11
      2.2.2 Die Veränderungen persönlicher Öffentlichkeiten durch soziale Medien 12
      2.2.3 Theoretische Einordnung des sozialen Netzwerks Instagram 14
      2.2.4 Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion 18
   2.3 Mütterlichkeit im Familienkontext 21
   2.4 Schönheitsinszenierung in digitalen Medien 25
   2.5 Zwischenfazit: Inszenierung von Mutterschaft auf Instagram 27
3. Empirische Grundlage der Untersuchung 29
   3.1 Datenerhebung 29
   3.2 Methode und Vorgehensweise 30
   3.3 Vorstellung der ausgewählten Profile 33
4. Ergebnisse der Analyse der visuellen Inszenierung von Mutterschaft auf Instagram 38
   4.1 Beschreibende und interpretierende Auswertung der Ergebnisse 40
   4.2 Zusammenfassung der Ergebnisse 65
5. Fazit und Ausblick 67

Übersicht des Bildmaterials II

Eigenständigkeitserklärung III

Literaturverzeichnis IIII

I Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	FIM-Studie 2016 Medientätigkeiten Eltern	5
Abbildung 2:	Instagram-Nutzer nach Alter und Geschlecht	15
Abbildung 3:	Social-Media-Nutzung in Deutschland 2018	17
Abbildung 4:	Erwerbstätigenquote von Müttern und Vätern nach Alter des jüngsten Kindes 2014	23
Abbildung 5:	Analysemodell nach Schreiber/ Kramer (2016)	31
Abbildung 6:	Screenshot des Profils von „kleinliebchen“	33
Abbildung 7:	Screenshot des Profils von „Karo Kauer“	34
Abbildung 8:	Screenshot des Profils von „Joschy_84“	35
Abbildung 9:	Screenshot des Profils von „Janine Wiggert“	36
Abbildung 10:	Screenshot des Profils von „carina_koeberl“	37
Abbildung 11:	Überblick über die erstellten Kategorien	38
Abbildung 12:	Thematische Verteilung der visuellen Beiträge	39
Abbildung 13:	Screenshot „Janine Wiggert“	41
Abbildung 14:	Screenshot „Karo Kauer”	44
Abbildung 15:	Screenshot „Joschy_84“	48
Abbildung 16:	Screenshot „Karo Kauer“	51
Abbildung 17:	Screenshot „kleinliebchen“	54
Abbildung 18:	Screenshot „carina_koeberl“	56
Abbildung 19:	Screenshot „carina_koeberl“	59
Abbildung 20:	Screenshot „kleinliebchen“	62

1. Einleitung

„Was man hier sieht und wie die Wirklichkeit ist, dazwischen liegen Welten. [...] Ich wollte zeigen, wie das „normale“ Leben aussieht. Das 0815 auch toll sein kann. Aber trotzdem zeige ich nicht alles aus meinem Leben. Ich filme nicht, wenn ich mit meinem Mann streite“, betitelt die Zweifachmutter Maren einen ihrer Beiträge auf Instagram. Sie ist als „kleinliebchen“ bekannt und veröffentlicht Teilbereiche ihres Lebens als Mutter und Ehefrau in Form von humorvollen und zugleich gesellschaftskritischen Grafiken. Im Kontrast dazu stehen unzählige Profile des sozialen Netzwerks, die sich ebenfalls mit den Themen Mutterschaft und Familienleben beschäftigen, diese Aspekte jedoch idealisiert und realitätsfern abbilden.

Die Rolle der Frau ist demnach insbesondere in Bezug auf die Mutterschaft ein wichtiges Thema, das mittlerweile auch medial aufbereitet wird. Dabei steht die Mutterrolle unter besonderer Beobachtung und wird, wie oben beschrieben, auch in den sozialen Netzwerken inszeniert. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit verschiedenen Darstellungsarten ausgewählter Mütter, die ihre persönliche Lebenswelt anhand fotografischer Aufnahmen innerhalb des visuellen Mediums Instagram mit einem virtuellen Publikum teilen und gleichzeitig bewusst oder unbewusst bestehende Rollenbilder abbilden und reproduzieren.

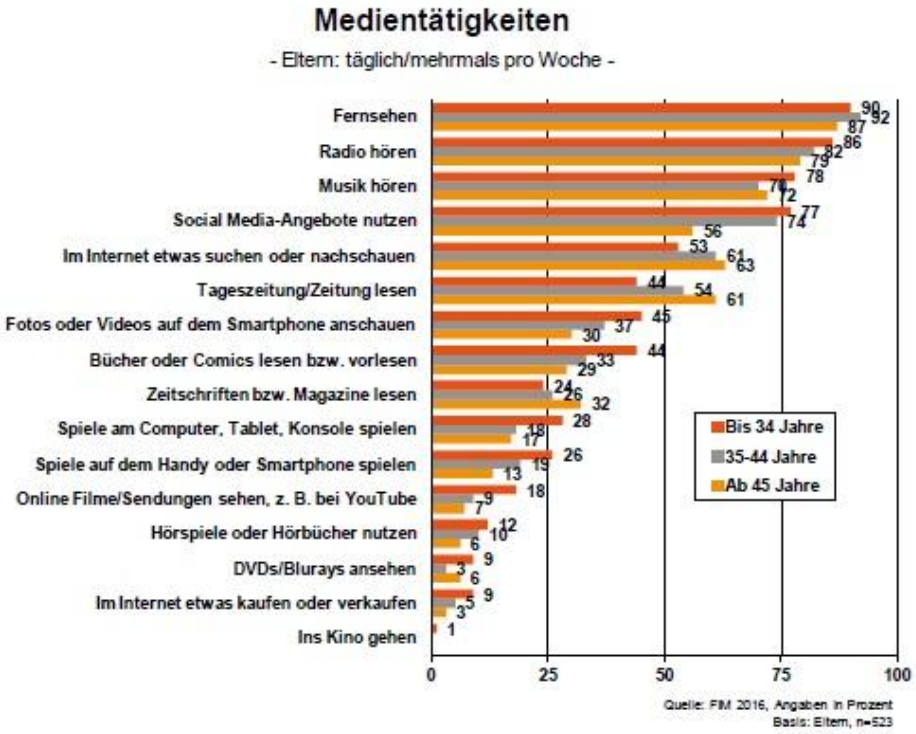


Abb.1: Medientätigkeiten von Eltern in Prozent
Quelle: FIM-Studie 2016, www.mpfs.de

Anhand der aufgeführten FIM-Studie 2016 in Abbildung 1 ist zu erkennen, dass die tägliche und häufige Nutzung von Social Media-Angeboten mit 77% der unter 34-Jährigen an vierter Stelle der Medientätigkeiten von Eltern steht (vgl. Abb. 1). Dies zeigt die hohe Relevanz der sozialen Netzwerke, welche immer häufiger für die Kommunikation sowie die Darstellung der eigenen Person genutzt werden. Insbesondere die Thematik der Mutterschaft wird dahingehend artikuliert und in verschiedenen Formen dargestellt, weswegen sich die vorliegende Arbeit mit der visuellen Inszenierung von Frauen beschäftigt und die veröffentlichten Beiträge ausgewählter Mütter hinsichtlich wiederkehrender Muster untersucht werden. Besonders unter Betrachtung perfektionierter Darstellungen auf Instagram gilt es herauszufinden, inwiefern idealisierende Elemente in der Inszenierung von Mutterschaft auftreten und welchen Stellenwert die Verbreitung realistischer und ehrlicher Beiträge dabei einnimmt. Die konkrete Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit lautet demnach: „Wie inszenieren Mütter sich selbst und ihre Familien auf Instagram und welche Muster sind dabei zu erkennen?“

In den folgenden beiden Abschnitten wird der Aufbau der vorliegenden Arbeit dargelegt, um einen Überblick über die einzelnen Kapitel sowie dessen Struktur zu ermöglichen. Zu Beginn erfolgt neben einer theoretischen Einordnung verschiedener Begrifflichkeiten eine Einführung

in die zu untersuchenden Themenkomplexe. An erster Stelle wird dabei zunächst der Begriff der Identität nach Goffman erörtert, welcher von zentraler Bedeutung für den weiteren Verlauf der Arbeit ist. Anschließend wird die visuelle Inszenierung der Identität am Beispiel von Instagram erläutert, wobei im ersten Teil der Begriff sowie die Rolle des Bildes dargelegt werden. Anschließend wird die Veränderung persönlicher Öffentlichkeiten durch visuelle Medien dargelegt, um daraufhin eine theoretische Einführung in die technischen Möglichkeiten von Instagram zu vermitteln. Im Anschluss werden die Teilbereiche der Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion dargelegt und hinsichtlich ihrer Relevanz für die Forschungsfrage erörtert.

Das nächste Unterkapitel beschäftigt sich mit dem Themenkomplex der Mutterschaft im Familienkontext, wobei die Rolle der Frau in Hinblick auf Geschlechterstereotype eingeordnet wird. Das letzte Unterkapitel schließt mit einem Diskurs um Schönheitsideale, welcher insbesondere für den Kontext des sozialen Netzwerks Instagram relevant ist. Anschließend folgt ein zielgerichtetes Zwischenfazit der vorherigen theoretischen Ausarbeitungen in Hinblick auf das Forschungsthema, um im dritten Kapitel der vorliegenden Arbeit die empirischen Grundlagen für die Untersuchung darzulegen. Dazu wird im ersten Teil die Vorgehensweise der Datenerhebung dokumentiert, um im zweiten Abschnitt die verwendete Methode von Schreiber/ Kramer (2016) detailliert zu erörtern. Im vierten Kapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt und die beschreibende sowie interpretierende Auswertung realisiert. Im Anschluss daran werden die Ergebnisse zusammengefasst, woraufhin das Fazit mit Argumentation und Beantwortung der Forschungsfrage sowie einem Ausblick auf mögliche weitere Forschungsfelder erfolgt.

Zusammenfassend dient die vorliegende Arbeit der detailgetreuen Untersuchung der Selbstdarstellung und Inszenierung von Mutterschaft in dem sozialen Netzwerk Instagram, wobei die Ergebnisse hinsichtlich wiederkehrender Muster aufgearbeitet werden. Es gilt herauszufinden, welche Methoden von stichprobenartig ausgewählten Müttern angewendet werden, um sich in spezifischer Weise abzubilden und somit ein öffentlichkeitswirksames Bild ihrer Selbst zu erschaffen. Dabei stehen insbesondere die theoretischen Bezugspunkte der visuellen Inszenierung der Identität, der Mütterlichkeit sowie der Schönheitsinszenierung unter Betrachtung und werden hinleitend zu der Untersuchung dargelegt und im Anschluss exemplarisch aufgearbeitet.

2. Theoretischer Hintergrund

Um die Untersuchung im weiteren Verlauf der Arbeit durchzuführen, erfolgt in diesem Kapitel die Einführung in die verschiedenen theoretischen Hintergründe, welche dafür von Bedeutung sind.

Zunächst ist zu betonen, dass der besondere Reiz von Plattformen wie Instagram darin zu begründen ist, dass es sich dabei um soziale Medien handelt (vgl. Schmidt 2019, S. 40). Dadurch sind die Möglichkeiten gegeben, Informationen mit anderen Menschen zu teilen und Beziehungen zu knüpfen oder sie zu pflegen (vgl. ebd.). Es handelt sich dabei um wesentliche Kommunikationsräume, worin die eigenen Interessen repräsentiert und ausgelebt werden können, um Resonanzen aus dem sozialen Umfeld zu erhalten (vgl. ebd.). Auch die Entstehung von Gemeinschaftsgefühlen und Gruppendynamiken durch die Vernetzungsmedien kennzeichnen einen bedeutenden Wendepunkt in der Sozialwissenschaft (vgl. Otto 2019, S. 12). Authenrieth formuliert dazu, dass sich Bilder durch das Zeigen und das kommunikative Aushandeln von einem Medium der Erinnerung zu einem Medium der Kommunikation entwickeln (vgl. Authenrieth 2014, S. 14).

Auch das Thema Mutterschaft wird im öffentlichen Diskurs und speziell in den sozialen Medien zunehmend stärker abgebildet und diskutiert. Da es sich dabei um einen bislang wenig betrachteten Komplex in der deutschsprachigen Forschungsliteratur zur Familien- und Geschlechterforschung handelt (vgl. Dreßler 2018, S. 69), wurde der Gegenstand für die vorliegende Arbeit ausgewählt und in Hinblick auf aktuelle Praxisbezüge und mediale Artikulationen von Mutterschaft untersucht. Durch das starke Wachstum der visuellen Plattform Instagram steigt zugleich die Anzahl der Profile, die sich selbst und ihre Kinder abbilden, zudem hat sich im Verlauf der letzten Jahre ein lukratives Geschäftsmodell um die Vermarktung dessen entwickelt. Das sogenannte Influencer Marketing beschreibt demnach die Strategie, private Persönlichkeiten des sozialen Netzwerks als Werbeplattform für verschiedene Marken oder Firmen zu nutzen, wobei ausgewählte Produkte anhand von Fotos oder Videos präsentiert werden (vgl. Bettendorf 2019, S. 5). Dabei ist eine hohe Reichweite gleichbedeutend mit einem höheren potenziellen Umsatz, wofür die werbenden Personen entlohnt werden und die Beiträge als Werbung kennzeichnen müssen (vgl. ebd.). Hierbei kann insbesondere der Aspekt der emotionalen Inszenierung einer Marke betrachtet werden, da eine ästhetische und authentische Verkörperung dessen weniger werblich wirkt als in der klassischen Werbung, woraus eine stärkere Identifikation mit dem Beitrag und somit auch mit dem Produkt resultiert (vgl. Faßmann/ Moss 2016, S. 28).

Besonders in Hinblick auf die Inszenierung von Mutterschaft wird dieser Aspekt in einer gesonderten Kategorie der Untersuchung erörtert, da das Potenzial durch die Instrumentalisierung der Kinder vorhanden wäre.

Im Anschluss erfolgt die Darlegung der theoretischen Rahmenbedingungen sowie die Einführung in den aktuellen Forschungsstand, welcher als Grundlage für die weiterführende Untersuchung dient.

2.1 Identität nach Goffman

Der Soziologe Erving Goffman formulierte in seinem Werk „Wir alle spielen Theater“ (1983) die Theorie, dass jedes Individuum zu jeder Zeit bewusst oder unbewusst eine Rolle spiele (vgl. Goffman 2000, S. 21). Hinleitend ist die Tatsache, „dass das Wort Person in seiner ursprünglichen Bedeutung eine Maske bezeichnet“ (ebd.). Um die theoretische Grundlage für die vorliegende Arbeit zu schaffen, wird zunächst der Begriff der Identität nach Goffman genauer betrachtet und in Bezug zu der thematischen Auseinandersetzung mit Selbstdarstellung und der Inszenierung der eigenen Person gesetzt.

Um offiziell anerkannte Werte einer Gesellschaft zu verkörpern, werden Menschen ihre Selbstdarstellung auf dieses Ziel ausrichten und sich bemühen, dieser Rolle gerecht zu werden (vgl. Goffman 2000, S. 35). Dies ist notwendig, um einen sozialen Aufstieg in der Gesellschaft zu erreichen und damit die Fassade der eigenen Darstellung aufrecht zu erhalten, wobei zeitgleich versucht wird, nicht abzusteigen (vgl. ebd., S. 36). Weiterhin erklärt der Soziologe, dass unpassende Handlungen, die das Ideal der Darstellung in angestrebter Form nicht hinreichend unterstützen, unterlassen und vermieden werden (vgl. ebd., S. 40). Sobald die darstellende Person in ihrer Rolle angekommen ist und unerwünschte Elemente der Inszenierung zurückgehalten werden, scheint sie mögliche Anstrengungen der Ausarbeitung zu verschweigen: „Der Darsteller wird häufig sogar den Eindruck zu erwecken versuchen, als habe er seine gegenwärtige Sicherheit und seine Fähigkeiten schon immer besessen und nie eine mühsame Lehrzeit durchmachen müssen“ (ebd., S. 45).

Zudem gibt es verschiedene Möglichkeiten, die eigene Darstellung auf Mitmenschen anders wirken zu lassen, als sie in der Realität entsprechen würde. Durch das Auslassen von ausschlaggebenden Informationen oder gezielte Andeutungen entsteht möglicherweise ein absichtlich hervorgerufener falscher Eindruck (vgl. Goffman 2000, S. 58).

So ist der inszenierenden Person keine offensichtliche Lüge nachzuweisen, da es sich mehr um eine kleine Veränderung der Tatsachen handelt (vgl. ebd.). Es stellt sich die Frage, welche Inszenierungen letztendlich erfolgsversprechend sind und worin dies zu begründen ist: „Manche Darstellungen werden durch grundsätzliche Unehrlichkeit, manche durch vollkommene Aufrichtigkeit zum Erfolg“ (ebd., S. 66). Darunter ist auf der einen Seite eine idealisierte Rolle zu verstehen, die kaum mehr der wahren Persönlichkeit entspricht, auf der anderen Seite jedoch steht vollständige Transparenz und Authentizität, soweit dies möglich ist. Insbesondere in Hinblick auf das soziale Medium Instagram, welches wesentlicher Bestandteil dieser Arbeit ist, fällt eine passende Abstufung zwischen scheinbarer Ehrlichkeit und offenkundiger Unehrlichkeit auf. Hierbei dienen Profile als Maßstab, die sich jeweils in verschiedene Richtungen dieser Extreme bewegen und damit erfolgreich wurden. Dadurch wird die Aussage Goffmans bekräftigt, wonach darstellende Personen sowohl mit Unehrlichkeit als auch mit Aufrichtigkeit vorankommen können (vgl. ebd.). So kann beispielsweise absichtlich ein falscher Eindruck hervorgerufen werden, indem ausschlaggebende Informationen in Erzählungen ausgelassen oder gezielte Andeutungen getätigt werden (vgl. ebd.).

Umso intensiver zudem in die Rolle eingetaucht wird, desto schwieriger kann es werden, den eigenen Maßstäben zu folgen. Dadurch besteht die Möglichkeit, die selbst erschaffene Realität zwanghaft auch ohne Publikum spielen zu müssen, was eine Transformation des Darstellers zum Zuschauer seines eigenen Schauspiels bedeuten würde (vgl. Goffman 2000, S. 76). Der Bereich ohne Publikum, in welchem die inszenierende Person die Maske fallenlassen kann und die eigenen Illusionen und Eindrücke entwickelt werden, wird von Goffman ‚Hinterbühne‘ genannt (vgl. ebd., S. 104f). Um thematisch einen Bezug zu Identitäten in den Medien herzustellen, bezeichnet der Soziologe zudem jeden Ort als Hinterbühne, der nicht „im Blickwinkel einer Kamera oder im Hörbereich eines offenen Mikrofons liegt“ (ebd., S. 110). Daraus ist abzuleiten, dass Nutzende von sozialen Netzwerken wie Instagram oder Facebook jederzeit entscheiden können, wann und wie sie auf der Vorderbühne vor Publikum erscheinen und wann sie stattdessen auf der Hinterbühne verweilen und sich nicht öffentlich präsentieren möchten. Zudem erhalten sie durch die technischen Möglichkeiten wie digitale Bildbearbeitung die Kontrolle über die Art ihrer dargestellten Rolle, worauf im weiteren Verlauf dieser Arbeit näher eingegangen wird.

Nach Goffman besitzen disziplinierte Schauspieler ein hohes Maß an Selbstbeherrschung, da beispielsweise impulsive Gefühlsreaktionen auf private Probleme unterdrückt werden können (vgl. ebd., S. 197). Dies kann ebenfalls auf den Bereich der sozialen Medien angewendet werden, da mögliche Konflikte und Niederlagen teilweise vorenthalten werden können, wodurch ein idealisiertes Bild der Realität dargestellt wird.

Wenn jedoch ungewollte Gesten entstehen, die nicht beabsichtigt waren, könnte die Folge für die inszenierende Person eine eintretende Peinlichkeit sein, die besser hätte vermieden werden sollen (vgl. ebd., S. 191). Goffman beschreibt außerdem, dass Individuen durchaus in der Lage sind, sich an Situationen anzupassen und die Fähigkeit des Lernens anzuwenden (vgl. ebd., S. 232). Die dargestellte Rolle kann somit je nach Ziel modelliert und ergänzt werden, um die gewünschte Außenwirkung zu erreichen. Positive Elemente können dementsprechend manifestiert werden, während negative Eigenschaften oder Handlungen bewusst oder unbewusst nicht weitergeführt werden.

2.2 Visuelle Inszenierung der Identität in sozialen Medien

In diesem Unterkapitel wird die Bedeutung der visuellen Inszenierung untersucht und hinsichtlich relevanter Schwerpunkte für die thematische Einordnung dieser Arbeit dargelegt. Zunächst wird der Begriff des Bildes erläutert, um die theoretische Grundlage für die darauffolgenden Teilaspekte zu legen. Im Anschluss folgt die Bedeutung und Aufarbeitung der Veränderungen persönlicher Öffentlichkeiten durch visuelle Medien, woraufhin die technischen Möglichkeiten des sozialen Netzwerks Instagram dargestellt werden. Das letzte Unterkapitel befasst sich mit der Inszenierung und Darstellung des Selbst anhand des visuellen Mediums Instagram und beleuchtet weiterhin die Möglichkeiten der Identitätskonstruktion.

Durch die Digitalisierung und soziale Netzwerke haben Menschen viele Möglichkeiten, sich selbst virtuell darzustellen und ausgewählte Informationen über sich selbst preiszugeben: „Über sein eigenes Profil, welches von vielen Usern mit persönlichen Daten geschmückt wird, kann man Nachrichten [...], Bilder und Videos hochladen sowie eigene Gruppen bilden“ (Dittler/ Hoyer 2014, S. 14). Damit können sich Kommunikationswege auf die sozialen Medien verlagern und es entstehen neue Potenziale und Möglichkeiten zur Entfaltung und Darstellung der eigenen Persönlichkeit. Der Fokus liegt dabei auf der Bildsprache und verwendeten Stilmitteln, um gezielte Wirkungen der Bilder hervorzurufen. Weiterhin fließen jedoch auch textliche Attribute wie Bildunterschriften, Hashtags und Kommentare in die Inszenierung der eigenen Rolle ein, welche im weiteren Verlauf der Arbeit näher erläutert werden.

2.2.1 Die Rolle des Bildes

Die vorliegende Arbeit fokussiert sich auf die Untersuchung von Bildern sowie textlicher Attribute des sozialen Netzwerks Instagram. Für eine ganzheitliche Betrachtung relevanter Teilaspekte wird in diesem Unterkapitel der Begriff des Bildes zielgerichtet eingegrenzt und hinsichtlich seiner Bedeutung erläutert. „Bilder sind feste Bestandteile unseres täglichen Lebens. Sie begegnen uns – sowohl in Alltags- als auch in Medienkontexten – ständig und überall in unterschiedlichsten Ausdrucksformen“ (Lobinger 2012, S. 19). Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie Bilder verstanden werden können, einerseits können sie beispielsweise Informationen selbstständig vermitteln oder andererseits ausschließlich als Dekorationselement dienen (vgl. ebd.). Eine eindeutige Definition der Bezeichnung „Bild“ erweist sich nach Martin Schulz als Herausforderung, da das Phänomen viele interdisziplinäre Bereiche anschneidet. „Der Bilddiskurs hat Konjunktur, doch besteht, trotz vieler Anstrengungen, eine allgemeine Grundlage des Bildlichen zu definieren, kein verbindlicher Konsens darüber, was genauer Bilder sind oder gar *das* Bild ist“ (Schulz 2005, S. 21). Demnach ist zu unterscheiden, ob es sich beispielsweise um ästhetische Artefakte der bildenden Kunst, Modelle der Naturwissenschaften, visuelle oder audiovisuelle Beiträge aus Fotografie und Film oder aber um mentale Bilder wie Metaphern, Vorstellungen oder Wahrnehmungen handelt (vgl. ebd.).

Die Besonderheit sieht Oliver Scholz hingegen in der Menschlichkeit als Grundvoraussetzung für die Herstellung und Verbreitung von bildhaftem Material: „Menschen kennzeichnet es, dass sie Fähigkeiten besitzen, mit Bildern verstehend umzugehen. Das heißt im einzelnen: Menschen besitzen Fähigkeiten, Bilder herzustellen, mit Bildern etwas darzustellen und auszudrücken, strukturierte Oberflächen als Bilder zu sehen, zu behandeln und zu verstehen“ (Scholz 2009, S. 1). Zudem hat sich die Menge an Bildern deutlich verändert, denn die Ursprünge der ersten Variationen belaufen sich auf Höhlenmalereien in der historischen Vergangenheit. Heutzutage sind Bilder jedoch allgegenwärtig und es ist nicht mehr notwendig, Kirchen, Höhlen oder Museen aufzusuchen, um bildlichen Darstellungen zu begegnen (vgl. ebd.). „Alle öffentlichen und privaten Lebensbereiche [...] sind von Bildern durchsetzt und geprägt“ (ebd., S. 1f). So findet man sie unter anderem als Kunstwerk oder Dekorationsobjekt in Häusern und Wohnungen, zu Werbezwecken in Schaufenstern und an Häuserwänden, im privaten Gebrauch für Fotoalben und nicht zuletzt auch breit gestreut im digitalen Bereich. Scholz bezeichnet die Veränderung des seltenen und kostbaren Guts hin zu einem inflationärem Artikel als „Bilderflut“ (vgl. Scholz 2009, S. 2). Dies impliziert qualitative und quantitative Umformungen technologischer und wirtschaftlicher Dynamiken im Rezeptionsverhalten (vgl. ebd.).

Einerseits meint Scholz damit die durch die voranschreitende Digitalisierung häufigeren Möglichkeiten der Produktion und Reproduktion vorhandener Bilder (vgl. ebd.). Andererseits können die verschiedenen Bildmedien untereinander besser verknüpft werden und dringen somit auch in die Mikro- und Makro-Ebene vor, wodurch das Konsumverhalten von Bildmedien stark ansteigt (vgl. ebd.). Dies ist deutlich anhand der Massenmedien zu erkennen, welche den Rezipienten innerhalb kürzester Zeit große Mengen an Bildern liefern. Insbesondere in ebendiesen Massenmedien sei der vorgegebene Rhythmus von höchster Geschwindigkeit und Quantität, wobei häufig nicht nur die Sichtbarkeit gesteigert, sondern auch Wirklichkeiten zu kaschiert versucht werden (vgl. Schulz 2005, S. 10). Das Potenzial der Bilder eröffnet sich zudem in vereinfachten Darstellungen komplizierter Sachverhalte, wodurch Botschaften transportiert werden können (vgl. Faßmann/ Moss 2016, S. 13).

Wie zu Beginn dieses Kapitels schon erörtert wurde, liegt der Fokus der vorliegenden Untersuchung auf Bildern, die medial vermittelt und in dem sozialen Netzwerk Instagram veröffentlicht werden. Dabei handelt es sich vorwiegend um Bildtypen, die Unaussprechliches abbilden, Informationen vermitteln oder als Dekorationselement dienen (vgl. Lobinger 2012, S. 19), was im weiteren Verlauf der Arbeit noch einmal aufgegriffen wird.

2.2.2 Die Veränderungen persönlicher Öffentlichkeiten durch soziale Medien

Bereits seit 2010 erfahren Plattformen, auf denen hauptsächlich durch das Medium des Bildes kommuniziert wird, einen starken Zuwachs an Mitgliedern (vgl. Maleyka 2019, S. 191). „Damit scheint insbesondere die bildvermittelte Kommunikation von Privatem einen populären Resonanzraum geschaffen zu haben“ (ebd.). Durch die sozialen Medien haben Menschen mehr Möglichkeiten, sich entweder im kleinen Kreis oder aber in breiter Öffentlichkeit auszutauschen und zu informieren (vgl. Schmidt 2014). Aufgrund des Anstiegs der Mitgliederzahlen geraten Themenbereiche wie die Veränderung persönlicher Öffentlichkeiten zunehmend in den Fokus, wobei zunächst der Begriff selbst erörtert wird. „Die Verbindung von technischen Merkmalen und dem Gebrauch durch ihre Nutzer führt dazu, dass ein neuer Typ von Öffentlichkeit entsteht, der so derzeit nur in den sozialen Medien existiert: die ‚persönliche Öffentlichkeit‘“ (Schmidt 2014). Begründet wird diese Kategorisierung durch die Option des Teilens privater Erlebnisse und Gedanken, woraufhin ein direktes Feedback in Form von „Gefällt-mir“-Angaben oder Kommentaren erfolgen kann (vgl. ebd.). Zudem wird die kommunikative Architektur geprägt, indem die Beiträge dauerhaft gespeichert werden können und ohne Qualitätsverluste kopierbar sind (vgl. ebd.). Die zwei weiteren Merkmale sind die Skalierbarkeit der kommunikativen

Reichweite, da das Publikum somit beliebig groß sein kann, sowie die Durchsuchbarkeit der persönlichen Öffentlichkeiten, wodurch verschiedene Informationen gebündelt werden können (vgl. ebd.).

Durch diese aufgeführten Eigenschaften befindet sich das Verhältnis von Privatsphäre und Öffentlichkeit aktuell in einem Wandel (vgl. ebd.). „In ihren alltäglichen Praktiken in den Sozialen Medien sind die Individuen gezwungen, die Folgen ihres Tuns für den Eindruck, den es in einer Öffentlichkeit hinterlässt, zu berücksichtigen – insbesondere, da nicht nur Texte, sondern vielfach private Fotografien und Videos veröffentlicht werden“ (Schmidtke et al. 2019, S. 211). Daraus ist zu schließen, dass jedes Teilen von Bildmaterial auf Plattformen wie Instagram mit einer Wirkung auf das Publikum einhergeht, wobei die Reichweite anhand der Privatsphäre-Einstellungen der sozialen Medien zumindest teilweise eingegrenzt werden kann. Der Vorteil der persönlichen Öffentlichkeiten ist es, bestehende Beziehungen zu pflegen und Freunde und Bekannte an den eigenen Gedanken und Erlebnissen teilhaben zu lassen (vgl. Schmidt 2014). Weiterhin ist von einer Intimisierung des Öffentlichen die Rede, da Fotografien, die zuvor nur per Post oder E-Mail verschickt wurden, nun leichter vor einem großen Publikum veröffentlicht werden können (Schmidtke et al. 2019, S. 216).

Neben den bereits genannten Aspekten eröffnet sich zudem die Problematik um die Zugangsbeschränkung und damit die Bedrohung der eigenen Privatsphäre (vgl. Authenrieth 2014). So beinhalten verschiedene soziale Netzwerke zwar Möglichkeiten, eigene Inhalte nur ausgewählten Personen sichtbar zu machen, trotzdem besteht diesbezüglich keine vollkommene Transparenz. Schmidt unterteilt das Publikum dabei in zwei Gruppen. Dem „intendierten Publikum“ gehören somit die eigenen Freunde sowie der erweiterte Bekanntenkreis an, über welchen die jeweilige Person eine grobe Vorstellung von Größe und Zusammensetzung besitzt (Schmidt 2014). Die zweite Kategorie beinhaltet das „potentielle Publikum“, welches deutlich größere Ausmaße annimmt und Dritte meint, die durch eine mögliche Weiterleitung an Informationen oder visuelle Daten gelangen (vgl. ebd.). Auch die Funktion des Teilens von Beiträgen, welche in sozialen Netzwerken wie Instagram oder Facebook gegeben ist, begünstigt das Weitersenden von Veröffentlichungen, die möglicherweise nur für einen eingeschränkten Teil an Menschen gedacht waren.

Im Folgenden werden die möglichen Auswirkungen einer Verschiebung der Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit anhand des zu untersuchenden Themenschwerpunktes der Mutterschaft und damit verbunden der Verbreitung von Kinderfotos in den sozialen Medien beleuchtet. „Die zahlreich geposteten Kinderbilder auf Facebook und anderen Social-Media-Plattformen demonstrieren eindrücklich, dass das online Teilen von Fotos der eigenen Kinder für viele Eltern einen bedeutenden Stellenwert in

ihrem Alltag einnimmt“ (Authenrieth 2017, S. 145). Insbesondere in Hinblick auf die bereits erwähnten Schwierigkeiten der Eingrenzung des potentiellen Publikums eröffnet sich damit eine Debatte um den Datenschutz von Minderjährigen. Authenrieth fasst dahingehend zusammen, dass die Veröffentlichung schriftlicher Texte über lustige Begebenheiten des familiären Alltags zwar gesellschaftlich akzeptiert werden, das (teil-)öffentliche Zeigen von Kinderfotos jedoch häufig verurteilt wird (vgl. Authenrieth 2017, S.145). Begründet wird dies mit der Möglichkeit einer unbeabsichtigt hohen Reichweite durch die Veröffentlichung von Bildmaterial im Internet, zudem würden Eltern damit die virtuelle Präsenz des Kindes aktiv mitgestalten, ohne spätere potenzielle Konsequenzen abschätzen zu können (vgl. ebd., S. 146). Authenrieth betont weiterhin, dass sich die Medienpraxis der Veröffentlichung von Bildmaterial der eigenen Kinder in der Vergangenheit auf prominente Eltern beschränkte (vgl. ebd., S. 147f). Durch die Entwicklung der sozialen Medien und damit einhergehend die Veränderungen des persönlichen Veröffentlichungsverhaltens weitete sich diese Handlungsweise auf Personen aus, die nicht prominent sind.

An dieser Stelle ist der Rückschluss zu dem intendierten Publikum nach Schmidt zu ziehen, welches in der persönlichen Öffentlichkeit über die eigenen Gedanken und Erlebnisse informiert werden soll (vgl. Schmidt 2014). Dazu können verschiedenste Lebensbereiche zählen, die von dem jeweiligen Individuum als relevant erachtet werden, womit auch das Teilen von Kinder- und Familienfotos gemeint sein kann.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich die Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit zunehmend verschieben und eine informelle Selbstbestimmung dadurch deutlich erschwert wird (vgl. Schmidt 2014). Somit erhält ein größeres intendiertes Publikum vermehrt Einblicke in private Bilder, die in den sozialen Medien veröffentlicht werden und vorher möglicherweise nur in Fotoalben hätten aufgefunden werden können. Insbesondere die Veröffentlichung von Kinderbildern in sozialen Netzwerken stellt einen gesellschaftlichen Zwiespalt dar, welcher im weiteren Verlauf der Arbeit in der Analyse der visuellen Inszenierung von Mutterschaft am Beispiel von Instagram noch einmal aufgegriffen wird.

2.2.3 Theoretische Einordnung des sozialen Netzwerks Instagram

Bevor das nächste Unterkapitel die Merkmale der Plattform Instagram theoretisch einordnet, erfolgt eine Definition des Begriffs des sozialen Netzwerks. Dazu ist auf die digitale Kommunikation hinzuweisen, die mithilfe digitaler Medien stattfindet (vgl. Dittler/ Hoyer 2014, S. 13). Dadurch eröffnen sich verschiedene Optionen, um mit

anderen Menschen in Kontakt zu treten und unabhängig von Raum und Zeit miteinander zu kommunizieren (vgl. ebd.). Neben klassischen Foren und Internetseiten gibt es die sozialen Netzwerke, die als Kommunikationsplattformen zu verstehen sind (vgl. ebd., S. 14). Dabei können die Nutzenden mit anderen Menschen interagieren und partizipieren, wodurch der Austausch von Beiträgen im Vordergrund steht und durch die Ausgestaltung eines eigenen Profils unterstützt wird (vgl. ebd.). Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf dem sozialen Netzwerk Instagram, welches in den anschließenden Abschnitten theoretisch erläutert wird.

Die Foto-Applikation Instagram erschien im Jahr 2010 und wurde zwei Jahre darauf von dem Unternehmen Facebook aufgekauft (vgl. Decker 2019, S. 19). Das soziale Netzwerk ist darauf ausgerichtet, Fotos und Videos zu veröffentlichen und kann als Microblogging-Plattform bezeichnet werden (vgl. Lumma et al. 2015, S. 58). Anhand der folgenden Grafik ist zu erkennen, dass sich bis zu 150 Millionen Nutzende weltweit in der Altersspanne zwischen 18 und 34 Jahren befinden (vgl. Abb. 2). Dies zeigt, wie relevant das soziale Netzwerk für junge Menschen ist und welchen hohen Stellenwert die Plattform für sie einnimmt.

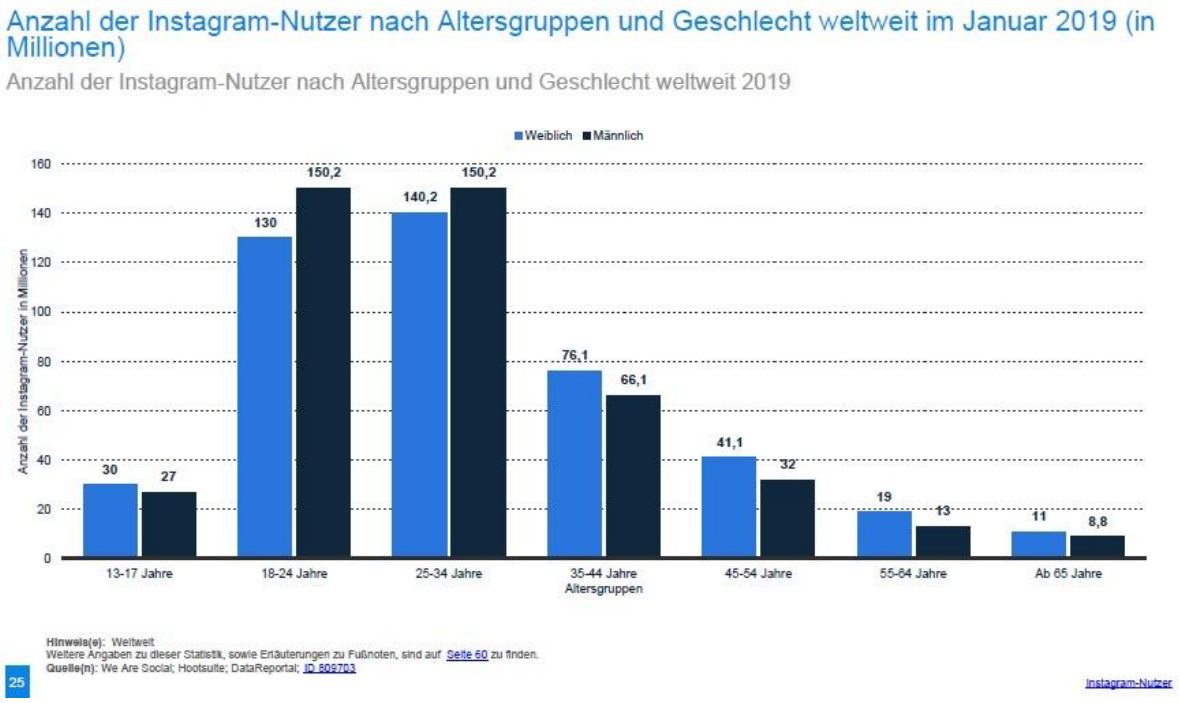


Abb. 2: Anzahl der Instagram-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit im Januar 2019
Quellen: We Are Social, Hootsuite, DataReportal; Digital 2019, S. 108

Die Applikation ist für die mobile Nutzung auf Smartphones geeignet und bietet die Möglichkeit, mit anderen Nutzenden zu interagieren und Inhalte individuell zu konsumieren. Interaktionen können dabei einerseits als Wertschätzung in Form von herzförmigen Gefällt-mir-Angaben, auch Likes genannt, für Bilder und Videos eingesetzt werden. Andererseits

können zusätzlich die Kommentar-Funktion sowie die Option des Teilens von Beiträgen genutzt werden, um sich mit anderen Menschen zu vernetzen und auszutauschen. Neben den öffentlichen und sichtbaren Kontaktaufnahmen können außerdem private Nachrichten geschrieben und Gruppen erstellt werden, um im privaten Rahmen zu kommunizieren. Dabei können sowohl Texte, als auch Sprachnachrichten, Bilder und Videos versendet werden. Die Individualisierung der zu konsumierenden Inhalte erfolgt über die eigene Auswahl der Profile, denen gefolgt werden soll. Somit erscheinen die veröffentlichten Beiträge der jeweiligen Personen im sogenannten „Newsfeed“ und können dort mit Gefällt-mir-Angaben und Kommentaren versehen oder in einer privaten Übersicht gespeichert werden. Das Profil aller Nutzenden zeigt drei Werte an – wie viele Beiträge bisher veröffentlicht wurden, wie groß das Publikum ist und wie viele Personen das Profil selbst abonniert hat.

Der Fokus von Instagram liegt somit auf dem Veröffentlichen von visuellen und audiovisuellen Inhalten in Form von Fotos und Videos. Weiterhin besteht jedoch die Möglichkeit, durch Hashtags sowie Beschreibungstexte, im Folgenden Bildunterschriften genannt, textliche Artikulationen hinzuzufügen (vgl. Faßmann et al. 2016, S. 14). Ein Hashtag meint hierbei die Verschlagwortung der Beiträge, wodurch thematisch verwandte Bilder gefunden und konnotative und denotative Bedeutungshorizonte erschlossen werden können (vgl. Autenrieth 2018, S. 52). Die Möglichkeiten der textlichen Artikulationen sind allerdings begrenzt, sodass der Beschreibungstext eines Beitrags maximal 2200 Zeichen lang sein darf und zudem nur bis zu 30 Hashtags verwendet werden können (vgl. Faßmann/ Moss 2016, S. 14). Von besonderer Bedeutung ist somit das Zusammenspiel aus den einzelnen Elementen: Bilder, Hashtags, Bildunterschriften, Likes und Kommentare vereinen sich und ergeben ein Charakteristikum für aktuelle Bildpraktiken (vgl. Schreiber/ Kramer 2016, S. 82).

Ursprüngliches Hervorhebungsmerkmal der Plattform war die quadratische Form der Fotos, die an frühere Polaroid-Kameras erinnerte (vgl. Lumma et al. 2015, S. 58). Durch das schnelle Wachstum der sozialen Medien gehen hohe Dynamiken damit einher, welche in häufigen Veränderungen und Weiterentwicklungen münden (vgl. Decker 2019, S. 26). So gibt es mittlerweile die Möglichkeit, Beiträge nicht mehr ausschließlich in quadratischer Form zu veröffentlichen, sondern auch andere Formate auszuwählen. Zudem können kurze Videosequenzen veröffentlicht werden, die 24 Stunden sichtbar bleiben und nach Ablauf dieser Zeitspanne für andere Personen nicht mehr zugänglich sind. Speziell dafür wurden außerdem Gesichtsfilter entwickelt, womit Gesichter durch Kameraaufnahmen beispielsweise wie eine Maus oder eine Katze aussehen. Außerdem bieten diese Filter die Option, das eigene Gesicht zu idealisieren, indem die Haut automatisch geglättet, Wimpern verlängert und Lippen vergrößert werden können.

Neben den bereits erwähnten technischen Möglichkeiten spielt auch ein weiterer Aspekt eine wichtige Rolle: „Instagram ist der am emotionalsten empfundene Social-Media-Kanal“ (Faßmann/ Moss 2016, S. 27). Dies begründen Faßmann und Moss mit der primären Verwendung von Fotos und Videos, welche als stark emotional empfunden werden (vgl. ebd.).

Weiterhin wird die Plattform allgemein als ‚positive Plattform‘ bezeichnet, da besonders viele Beiträge schöne Menschen, Landschaften und Situationen abbilden (vgl. Bettendorf 2019, S. 3). Zudem sind die in den Beiträgen behandelten Themenbereiche häufig den Kategorien Sport, Kochen, Musik, Mode und Fotografie zuzuordnen, woraus ein höherer ästhetischer und künstlerischer Anspruch im Vergleich zu Plattformen wie Facebook oder Twitter resultiert (vgl. Faßmann/ Moss 2016, S. 28). Insbesondere in dem Mittel der Ästhetisierung sehen Faßmann und Moss die Begründung für die intensive Nutzung Instagrams durch eine junge Nutzerschaft, die das soziale Netzwerk intensiv verwendet (vgl. ebd.).

Die nachfolgend abgebildete Grafik zeigt die Nutzung der sozialen Netzwerke in Deutschland im Jahr 2018 und es ist deutlich zu erkennen, dass Instagram insbesondere in der Altersgruppe der 14-19-Jährigen mit fast 50% am häufigsten genutzt wird (vgl. Abb. 2). Dies unterstützt die These von Faßmann und Moss, dass einerseits die Emotionalität in audiovisuellen Medien sowie andererseits die hohe Ästhetisierung von Beiträgen für eine priorisierte Nutzung junger Menschen verantwortlich sind (vgl. Faßmann/ Moss 2016, S. 28).

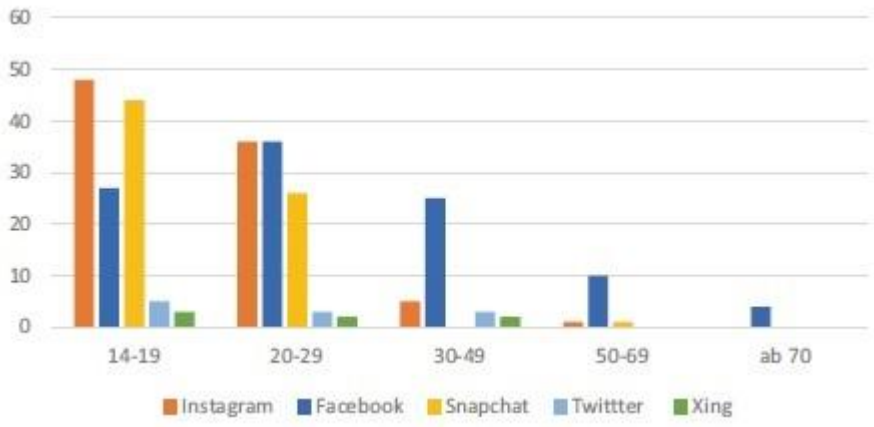


Abb. 3: Social-Media-Nutzung in Deutschland 2018 in Prozent

Quelle: Bettendorf 2019, S. 2

Weiterhin ist zu erkennen, dass Personen zwischen 20 und 29 Jahren Instagram und Facebook mit jeweils fast 40% nutzen, damit liegen sie jedoch unter dem Prozentsatz der jüngeren Kategorie. Daraus ist abzuleiten, dass die Verwendung von Instagram mit

zunehmendem Alter abnimmt, es sich dabei aber trotzdem um eines der drei benutzerstärksten sozialen Netzwerke im Jahr 2018 neben Facebook und Snapchat handelt (vgl. Abb. 2). Ein weiterer Schwerpunkt, der an dieser Stelle erwähnt werden muss, ist der Datenschutz in Hinblick auf die Standard-Einstellungen von Instagram. Hierbei ist vorgesehen, dass Beiträge direkt nach der Erstellung eines neuen Profils öffentlich hochgeladen werden (vgl. Schmidtke et al. 2019, S. 215). Die Preisgabe von Daten in Form von Bildern und Videos wird somit als Normalfall deklariert, während eine Zurückhaltung der Daten im Sinne eines eingeschränkten Publikums erst manuell eingestellt werden muss (vgl. ebd.). In diesem Fall ist es nur ausgewählten Personen möglich, die Beiträge anzusehen und mit ihnen anhand von Likes oder Kommentaren zu interagieren. Die Bilder und Videos öffentlicher Profile hingegen sind vollständig zugänglich und auch über Internetbrowser abrufbar, sodass eine Anmeldung auf der Plattform für Rezipienten nicht nötig ist. Erst für die interaktive Beteiligung ist es notwendig, ein eigenes Profil in dem sozialen Netzwerk Instagram einzurichten.

2.2.4 Selbstdarstellung und Identitätskonstruktion

Dieses Unterkapitel befasst sich mit dem Einfluss der sozialen Medien auf die Darstellung des Selbst und zeigt auf, inwiefern die Plattform Instagram zu der Konstruktion und Inszenierung der eigenen Identität beitragen kann. Allgemein betrachtet können digitale Medien verschiedene Möglichkeiten und Perspektiven anbieten, um die eigene Identität zu verorten sowie die Erfahrung und Konstruktion von Zugehörigkeit zu verstärken (vgl. Tillmann 2014, S. 158). Zudem ermöglichen sie den Menschen ein Handeln auf Probe, wodurch verschiedene Identitätsaspekte ausprobiert und getestet werden können (vgl. ebd.). Diese Experimente werden durch die Tatsache eröffnet, dass Personen im virtuellen Raum nicht körperlich erscheinen (vgl. Schachtner 2008, S. 109). So besteht die Option, verschiedene Gelegenheiten zu nutzen, um mögliche Verhaltensalternativen auszuprobieren sowie Identitäten anzunehmen und anhand der Reaktionen abzuschätzen, ob diese weitergeführt werden sollen (vgl. ebd.).

Das eigene Profil in visuellen Netzwerken „bietet einen Raum, mittels bildlicher Repräsentationen [...] Selbstentwürfe zu dokumentieren, zu inszenieren, auszuprobieren, anderen zu zeigen und darauf Feedback zu erhalten“ (Hugger 2014, S. 93). Daraus ist zu schließen, dass das Veröffentlichen von Bildern und Videos den Nutzenden die Möglichkeiten bietet, sich selbst in verschiedenen Arten darzustellen und unterschiedliche Teilaspekte der eigenen Persönlichkeit hervorzuheben. Um sich im nächsten Abschnitt der

Thematik um die Selbstdarstellung auf Instagram zu widmen, folgt an dieser Stelle die Definition des Begriffes. „Geht es [...] um das Bemühen, den Eindruck zu steuern, den die Interaktionspartner von der eigenen Person bekommen, spricht man von *Selbstdarstellung"* (Schlenker 2003, zit. n. Brailovskaia 2013, S. 26). Diese Bemühungen, die Wirkung auf andere Menschen beeinflussen zu wollen, funktionieren durch die individuelle Selektion der visuellen Daten, welche veröffentlicht werden sollen und somit den intendierten und gewünschten Eindruck entstehen lassen. „Es zeigt sich somit, dass Identitätskonstruktionen auf Instagram zunächst, wie auch im analogen Alltag, über positive Selbstdarstellungen umgesetzt werden" (Maleyka 2019, S. 200). Weiterhin ist festzuhalten, dass die mediale Gestaltung bestimmter Identitätsfacetten durch Vernetzung mit Gleichgesinnten sowie positiver Resonanz das Selbstvertrauen stärken und ein selbstsicheres Auftreten unterstützen (vgl. Vogelsang/ Minas 2014, S. 143f). Die besagte Positivierung ist dabei in verschiedenen Bereichen sichtbar, demnach werden nicht nur eigene Bilder mithilfe von Bildbearbeitungsprogrammen verändert, denn auch die Gesamtheit der Lebensweise kann dadurch beeinflusst werden. Beispielsweise können private Erlebnisse idealisiert und stilisiert werden, um eine positive Selbstdarstellung zu bewirken (vgl. Maleyka 2019, S. 202). Auch Bilder, Videos und Textfragmente über signifikante soziale Beziehungen sind dafür geeignet, Identifikationen und Zugehörigkeiten zu signalisieren (vgl. Reißmann 2014, S. 96).

Um eine positive Darstellung der eigenen Person zu erreichen, ist ein Publikum nötig, das aus anderen Nutzenden besteht und die Handlungen der Individuen virtuell beurteilt. „Dieses Publikum kann als evaluierendes Publikum beschrieben werden, weil es durch seine Antworten (Likes, Verlinkungen, Kommentare) die bildlichen Kommunikationsofferten beschwert indem es die Kommunikate als erwünscht oder unerwünscht einstuft" (Maleyka 2019, S. 202). Umso positiver die Resonanz ausfällt, desto eher kann von einem zufriedenstellenden Ergebnis ausgegangen werden. Das Identitätsmanagement sollte dabei im besten Fall vor einem maximal großen Publikum stattfinden und mit ausschließlich positiven Rückmeldungen bewertet werden, was wiederum zu einer Steigerung der Frequenz für die Veröffentlichung von Beiträgen führen würde (vgl. Ettinger et al. 2019, S. 204). Diese (teil-)öffentlich sichtbare Form der sozialen Anerkennung wird damit statusrelevant, da sie symbolisch durch Likes und Kommentare ausgedrückt wird und ein Ausbleiben der erwünschten Resonanz ebenfalls öffentlich zu erkennen wäre (vgl. Authenrieth 2016, S. 13). „Im Wunsch nach Austausch und Sichtbarkeit setzen sich UserInnen einem (teil-)öffentlichen Bewertungsvorgang aus" (ebd., S. 13).

Dieser Wunsch nach Anerkennung mündet in der virtuellen Welt der sozialen Medien, wo mit einer sofortigen Reaktion auf neue Veröffentlichungen reagiert und innerhalb kurzer Zeit für eine symbolische Auf- oder Abwertung der jeweiligen Person gesorgt wird.

„Dabei spielt das Erfahren positiver Emotionen wie Zuneigung und insbesondere auch Sicherheit eine fundamentale Rolle. Folglich interagieren Individuen in einer permanenten Vernetzungsdynamik, um ein Gefühl der Stabilität zu erlangen (Otto 2019, S. 17). Dies zeigt, dass oftmals ein Wiederholungseffekt auftritt und die Nutzenden durch die Suche nach sozialer Anerkennung und Sicherheit dazu animiert werden, häufiger und regelmäßiger visuelle und audiovisuelle Beiträge zu veröffentlichen. Neben der Möglichkeit, die eigenen Bilder von anderen Menschen bewerten zu lassen, können die Personen auch selbst aktiv werden, um Beiträge anderer mit Likes und Kommentaren wertzuschätzen oder sie durch Nichtbeachtung abzuwerten. Die sozialen Medien basieren dementsprechend auf dem Geben-und-Nehmen-Prinzip, welches zwischen Absicherung und Verpflichtung schwankt (vgl. Otto 2019, S. 12).

Weiterhin spielt auch die Zugehörigkeit sowie die Abgrenzung von Personengruppen eine wichtige Rolle, da die Plattform Instagram die Erschaffung einer eigenen virtuellen Blase fördert und fordert. Die Nutzenden entscheiden selbst, welchen Profilen sie folgen wollen und welche Inhalte sie somit konsumieren. Dadurch ist sowohl eine Anpassung und Orientierung an Gleichgesinnte sowie eine Distanzierung von Anderen möglich (vgl. Authenrieth 2018, S. 67). Zudem stellt sich die Frage nach Authentizität, da visuelle Plattformen wie Instagram ein hohes Maß an Anonymität bieten. „Je nach Absicht des Nutzers kann er sich authentisch darstellen oder sich eine neue Online-Identität schaffen und sich dabei alle gewünschten Attribute zuschreiben“ (Brailovskaia 2013, S. 28). Insbesondere die Idealisierung von Bildern kann mithilfe digitaler Bildbearbeitungsprogramme einfach vorgenommen werden.

So ergeben sich selbst für fotografische Laien viele Möglichkeiten der Bildbearbeitung und somit der öffentlichkeitswirksamen strategischen Inszenierung der eigenen Person (vgl. Authenrieth 2016, S. 5f). Programme und Applikationen dieser Art bieten verschiedene Optionen, Bilder zu verändern und zu optimieren. Beispielsweise können Farbfilter verwendet oder grundlegende Eigenschaften wie Helligkeit, Kontrast und Sättigung eingestellt werden. Jedoch ist es auch möglich, gezielt Körperlichkeiten zu verändern, indem ausgewählte Attribute vergrößert oder verkleinert werden. Dadurch können Kontur und Aussehen des Körpers sowie einzelne Körperteile komplett verändert werden, sodass eine Positivierung der eigenen Bilder stark vereinfacht wird. Authenrieth hält dazu fest, dass es sich beispielsweise bei veröffentlichten Selbstportraits dementsprechend selten um spontane Schnappschüsse handelt, da Online-Plattformen zahlreiche Möglichkeiten zur optimierten Darstellung der eigenen Person sowie der individuellen Biografie erlauben (vgl. Authenrieth 2016, S. 11). Abschließend ist demnach festzuhalten, dass soziale Netzwerke wie Instagram dazu verwendet werden können, die eigene Person zu inszenieren und verschiedene

Handlungsweisen zu erproben, bevor sie im alltäglichen Leben angewendet werden. Der Fokus von Instagram liegt auf der Veröffentlichung visueller Inhalte, sodass eine unauffällige Optimierung der eigenen Darstellung und Lebensweise jederzeit möglich wäre.

2.3 Mütterlichkeit im Familienkontext

„In verschiedenen Bereichen erfahren und erfuhren Frauen in der Geschichte der zivilisierten Welt kaum Würdigung beziehungsweise deren Auffassungen wurden erst gar nicht gehört und noch weniger als Teil der Geschichte interpretiert“ (Schnebel 2015, S. 286). In diesem Kapitel wird die Mütterlichkeit und damit verbunden die Rolle der Frau in einen gesellschaftlichen Kontext gesetzt und hinsichtlich der visuellen Darstellung in dem sozialen Netzwerk Instagram dargelegt. Dieser Teilbereich des theoretischen Hintergrundes ist von Bedeutung, da die für die Untersuchung stichprobenartig ausgewählten Mütter vorwiegend ihren Beziehungsstatus in ihrem Instagram-Profil betonen und zudem weitere Elemente auf eine Repräsentation traditioneller Geschlechterrollen hinweisen. Ein Rückblick zeigt, dass Männer lange Zeit eine Vormachtstellung gegenüber Frauen innehatten, bevor Themen wie Geschlechtergerechtigkeit oder Chancengleichheit aufkamen (vgl. ebd., S. 287). Eine Zunahme der Selbstbestimmung der Frau wurde durch die Möglichkeit der Familienplanung mittels Anti-Baby-Pille vereinfacht, zudem wurde sie auch durch die Erleichterung von Scheidungen begünstigt (vgl. Behrens et al. 2018, S. 3). Weiterhin war der weibliche Körper sowie dessen Wahrnehmung in der Vergangenheit stark von der katholischen Kirche geprägt (vgl. Authenrieth 2018, S. 53). Daraus ergeben sich stetige Veränderungen der Rolle der Frau im Verlauf der Zeit, welche jedoch an dieser Stelle aus Kapazitätsgründen nicht weiter thematisiert werden.

Um den Einblick in das Themenfeld der Mütterlichkeit zu vertiefen, werden im Folgenden die dafür erforderlichen Begrifflichkeiten „Mutterschaft“, „Mutter-Sein“ sowie „Mütterlichkeit“ erläutert. „Mutterschaft umfasst [...] den biologischen Vorgang der Schwangerschaft von der Zeugung bis zur Geburt. Mit Mutterschaft verbunden ist sowohl die Bereitschaft, ein Kind auszutragen als auch die Gebärfähigkeit“ (Heidinger 2010, S. 124). Somit wird der reine Prozess, ein Kind auszutragen, nach Heidinger als Mutterschaft bezeichnet (vgl. ebd.). Im Kontrast dazu steht die Bezeichnung des Mutter-Seins, welche ein soziales Konstrukt darstelle und in historische, kulturelle, soziale und ökonomische Zusammenhänge eingebunden sei (vgl. ebd., S. 125). Der dritte Begriff umfasst die Mütterlichkeit, welche wesentlich für die Begleitung eines Kindes sei und eine menschliche Haltung bezeichne (vgl. ebd.).

Weiterhin ist hervorzuheben, dass Mutterschaft stets weiblich ist und dadurch eine „besonders vergeschlechtlichte Sorgebeziehungskonstruktion im Alltag“ abgeleitet werden kann (Tolasch 2016, S.44). Frauen würden demnach erst durch diesen institutionellen Rahmen zu Müttern gemacht (vgl. ebd.). Weiterhin ist die Betrachtung von Mütterlichkeit im Kontext der Familie ein zentraler Punkt, denn Elternschaft wird „im Normalfall im Rahmen einer Beziehung zwischen Mann und Frau wahrgenommen“ (Heidinger 2010, S. 121).

Trotzdessen wird das Konstrukt der Mutterschaft vielseitiger, was eine Diversität an äußeren Faktoren und Lebensumständen von Müttern zur Folge hat: So können sie Hausfrau, studierend oder berufstätig sein, Betreuungseinrichtungen nutzen oder nicht, ein oder mehrere Kinder gebären und im jüngeren oder späteren Alter entbinden (vgl. Dreßler 2018, S. 71). Der Mutterrolle wird somit eine wichtige Bedeutung zuteil und sie trägt maßgeblich zu der Entwicklung des Kindes bei, womit sein physikalisches Überleben sowie seine psychische Entwicklung abgesichert werden (vgl. Held et al. 2011, S. 9). Oft finden Mütter „in dieser Funktion auch erst zu ihrer Weiblichkeit sowie zu ihrer eigentlichen gesellschaftlichen Rolle“ (ebd.), was ihnen wiederum Anerkennung vermittelt und sich auf die Konstruktion der eigenen Identität auswirken kann. „Die mütterlichen Qualitäten heißen also: Sorgen, Pflegen, Hüten, Begleiten, Schützen, Verteidigen, Nähren und Fördern der körperlichen, seelischen und mentalen Entwicklung“ (Heidinger 2010, S. 195). Somit wird deutlich, dass die Mutterschaft eng mit umsorgenden Tätigkeiten verknüpft ist und die wichtigste Aufgabe darin besteht, sich um den Nachwuchs zu kümmern. Diese Handlungsformen werfen die Frage nach Individualisierung und Ausleben der eigenen Persönlichkeit auf, insbesondere im Kontext der Geschlechterrollen. Der scheinbar allgegenwärtige Konflikt zwischen Subjektivierung und Selbstbild sowie die Überlegung, wie Elternschaft gleichberechtigt ausgelebt werden kann, ist ein zentraler Bestandteil dieser Thematik (vgl. Althans 2016, S. 135). Die Aufteilung von familiären Aufgaben erfolge noch immer tendenziell geschlechtsbezogen (vgl. Vogel Campanello 2018). Zudem wird die „weibliche Fürsorge verbunden mit Bildern ‚guter‘ Mutterschaft“ (s. ebd.). Durch diese Assoziation wiederum wird die gesellschaftlich anerkannte Rolle von Müttern weiterhin stark geprägt, wodurch die hegemonialen Geschlechterverhältnisse weiterhin beibehalten werden.

Zudem erleben Frauen die Mutterschaft durch die normative Überfrachtung des Mutterleidbilds verstärkt als konflikthaft und ambivalent (vgl. Dreßler 2018, S. 93). Dafür sorgt die Doppelbelastung, welche durch hohe Erziehungsstandards sowie der gesellschaftlichen Erwartungshaltung bezüglich einer erfolgreichen Erwerbstätigkeit eintritt (vgl. ebd.). Der Datenreport 2016 des Statistischen Bundesamtes zeigt deutlich, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie eine Herausforderung für die Gesellschaft darstellt (vgl. Datenreport Statistisches Bundesamt 2016, S. 55). Anhand der nachfolgend abgebildeten Statistik zur Erwerbstätigenquote von Müttern und Vätern im Jahr 2014 ist zu erkennen, dass nur 32% der Mütter von Kindern unter drei Jahren

erwerbstätig waren (vgl. Abb. 4). Im Kontrast dazu stehen 82% der Väter, die auch mit Heranwachsen des Kindes beruflich aktiv bleiben (vgl. ebd.).

Ein Großteil der Mütter in Deutschland hingegen geben ihren Beruf vorübergehend auf und kehrt erst mit zunehmendem Alter der Kinder in die Erwerbstätigkeit zurück (vgl. ebd.). Es handelt sich hierbei um einen relevanten Einblick in die Tätigkeitsverhältnisse von Eltern, da die Thematisierung dessen innerhalb der zu untersuchenden Beiträge auftrat und somit ein gesellschaftlicher Diskurs entstand.

Abb. 4: Erwerbstätigenquote von Müttern und Vätern nach Alter des jüngsten Kindes 2014
Quelle: Statistisches Bundesamt/ WZB 2016, S. 55

Weiterhin handelt es sich gemäß dem Datenreport 2016 um ein traditionelles Verständnis der Frauenrolle, wenn die Frau für den Haushalt sowie die Kindererziehung zuständig ist, ihre berufliche Karriere untergeordnet wird und hauptsächlich der Mann erwerbstätig ist (vgl. Statistisches Bundesamt/ WZB 2016, S. 426). Ein egalitäres Rollenverständnis hingegen differenziert sich durch eine Rollenangleichung zwischen Mann und Frau, wodurch Gleichberechtigung impliziert wird (vgl. ebd.). Trotz Bestrebungen eines egalitären Rollenverständnisses entstehen neue Probleme, da somit die bereits erwähnte Doppelbelastung für Mütter entsteht.

Einerseits werden hohe Qualitätsstandards in der Erziehung und im zwischenmenschlichen Privatleben eingefordert, andererseits wird jedoch durch die Gesellschaft gefordert, einer Erwerbstätigkeit nachzugehen, um nicht dem traditionellen Rollenverständnis zugeordnet zu werden.

„Ökonomische Benachteiligungen und kulturelle Deprivation hängen nun, gerade aufgrund der stärkeren Integration der Frauen in das Berufsleben, wieder enger zusammen; die Arbeit der Mutter wird weniger anerkannt, sondern höchstens als selbstverständlich und als zusätzliche Beschäftigung betrachtet“ (Dreßler 2018, S. 288). Auffällig ist dabei, dass der Weg, Müttern eine Möglichkeit für die Erwerbstätigkeit zu bieten, fast ausschließlich über den Terminus der ‚Vereinbarkeit von Beruf und Familie‘ läuft (vgl. Heidinger 2010, S. 147). Dadurch wird die bereits erwähnte Problematik um eine Doppelbelastung von Frauen mit Kindern begünstigt, zudem geraten Mütter dabei in den Konflikt, sich zwischen Kindererziehung und Karrierebestrebungen entscheiden zu müssen. Auch die gesellschaftliche Anerkennung leidet unter den verschiedenen Varianten, da Mütter oft anhand dessen bewertet und beurteilt werden (vgl. ebd., S. 148).

Abschließend wird die Darstellung von Mütterlichkeit in medialen Umgebungen thematisiert, da diese eine wachsende Bedeutung erfahren und zum Kommunikationsraum werden. Auf das Leben von Frauen üben demnach sowohl idealisierende als auch abwertende Vorstellungen von Mutterschaft, Kinderlosigkeit, Weiblichkeit und Emanzipation ihre Wirkmacht aus (vgl. Dolderer et al. 2018, S. 14). Neben staatlichen Regulierungen und einem kulturellen Wandel sind es auch mediale Inszenierungen, die jene teilweise widersprüchlichen Aufrufungen verstärken (vgl. ebd.). Infolgedessen ist zu erkennen, dass diese Themen zunehmend in öffentliche Diskurse geraten und durch den Einfluss der digitalen Medien nicht mehr ausschließlich in privaten Räumen diskutiert werden.

„Im Kontext eines eher allgemeinen Prozesses der Mediatisierung lässt sich zugleich eine vergleichsweise spezifischere Entwicklung der zunehmenden *Visualisierung von Familie* feststellen“ (Authenrieth 2017, S. 141). Insbesondere in Hinblick auf das visuelle Medium Instagram ist festzustellen, dass die Themen um Mütterlichkeit, Familie und Kindererziehung durch steigende Beliebtheit auffallen und hierbei auch die Grenzen zwischen Privatsphäre und Öffentlichkeit verschwimmen (vgl. Kap. 2.2.2). „Bereits die fotografische Dokumentation der Schwangerschaft wird mithilfe zahlreicher Applikationen und Möglichkeiten des Teilens und Kommunizierens so zu einem essenziellen Bestandteil des eigenen Online-Auftritts“ (Authenrieth 2017, S. 142). Wie im vorherigen Kapitel dargelegt wurde, zielt die Verwendung sozialer Medien darauf ab, Lebensinhalte, Ereignisse und Beziehungen darzustellen und zu inszenieren (vgl. Kap. 2.2.4). Durch den Wunsch nach Austausch und Anerkennung werden Nutzende auf Instagram motiviert, aktiv zu bleiben und stetig Bilder zu veröffentlichen, um wiederholt Wertschätzung in Form von Likes und Kommentare zu erhalten (vgl. ebd.). „Die visuelle Fokussierung auf die schönen und glücklichen Augenblicke der Familienentstehung entspricht einem klaren Trend der Positivierung und Ästhetisierung des eigenen Online-Auftritts“ (Authenrieth 2017, S. 143).

Dies zeigt, dass nicht nur das Familienleben, sondern bereits die Schwangerschaft visualisiert und veröffentlicht wird, um das Publikum daran teilhaben zu lassen. Wie diese Inszenierungen von Mütterlichkeit aussehen und welche Kategorien sich dabei erstellen lassen, wird Teil der Untersuchung in Kapitel 3 sein.

Schlussendlich ist Mütterlichkeit ein wesentlicher Bestandteil des Frau-Seins und kann nicht strikt davon getrennt werden. Auch die Aufteilung familiärer Aufgaben erfolgt weiterhin meist geschlechtsbezogen, sodass ein gesellschaftlich stark umstrittener Konflikt zwischen alleiniger Kindererziehung und Erwerbstätigkeit trotz Mutterschaft entsteht. Trotzdessen gerät der Themenkomplex um Mütterlichkeit und Familie zunehmend in das Zentrum medialer Artikulationen in sozialen Netzwerken wie Instagram. Folglich steigt nicht nur das Interesse an verschiedenen Familienmodellen, sondern auch die Darstellung dieser in Form von Bildern sowie die Möglichkeit für öffentlichen und privaten Austausch mit Gleichgesinnten.

2.4 Schönheitsinszenierung in digitalen Medien

Um die Thematik der Darstellung von Mutterschaft in dem sozialen Netzwerk Instagram zu vervollständigen, erfolgt in diesem Kapitel die Darlegung des Schönheitshandelns sowie die Einordnung der Bedeutung von Schönheit in digitalen Medien. Zunächst erfolgt dazu eine allgemeine Einführung in den Themenkomplex, um anschließend auf die Inszenierung von Körperlichkeit anhand des After-Baby-Bodys einzugehen. Die wachsende Bedeutung von Körperlichkeit ist kein neuartiges Phänomen. „Körper stehen im Mittelpunkt der gesellschaftlichen und individuellen Aufmerksamkeit“ (Klein 2010, S. 457).

Dabei werden sie nicht ausschließlich als natürliche Selbstverständlichkeit angesehen, sondern erhalten zunehmend Beachtung durch Modifizierungen und Manipulationen wie Schmuck, Sportprogramme, Kosmetik oder Pflegebehandlungen (vgl. ebd.). „Am Körper materialisiert sich der soziale Status der Person wie umgekehrt die Subjektperson immer verkörpert werden muss (ebd.). Daraus ist zu schließen. dass es sich um ein stetiges Wechselspiel handelt, welches sich mit der Aushandlung der eigenen Rolle und dessen Inszenierung beschäftigt. Insbesondere durch heteronormative Rollenzuschreibungen in den Medien entsteht zusätzlich zu der wachsenden Bedeutung des Körpers eine alltägliche Veranschaulichung von Schönheit (vgl. Filter; Reich 2012, S. 5). Daraus resultiert ein Schönheitsdruck, welcher in Schönheitshandeln mündet, um den gesellschaftlichen Körper- und Schönheitsbildern zu entsprechen (vgl. ebd.). Das Schönheitshandeln sowie dessen -handlungen umfassen dabei Maßnahmen, die von Personen unternommen werden, um die

eigene Darstellung nach außen zu kontrollieren und zu optimieren (vgl. Krause 2018, S. 23).

Ebendiese mediale Veranschaulichung von Stereotypen der Schönheit findet jedoch nicht nur in professionellen Medienkontexten statt, sie wird zudem in der alltäglichen Alltagskommunikation in Form von visueller Selbstdarstellung produziert und verbreitet (vgl. Grittmann et al. 2018, S. 15). „In der heutigen Mediengesellschaft sind es maßgeblich mediale Deutungsangebote, die die Definition von Schönheit sowie richtiges und falsches Schönheitshandeln prägen (Knop; Petsch 2010, S. 121). Der Vorteil des Schönheitsstereotyps liegt in der positiveren Außenbewertung der Persönlichkeit im Vergleich zu Menschen, die diesem Schema nicht zugeordnet werden können (vgl. Filter; Reich, S. 15). Weiterhin besitzen als schön geltende Menschen die Möglichkeit, durch ihr positives Aussehen angenehme Gefühle auf andere Menschen und das Publikum zu übertragen, wodurch sie leicht eine Vorbildrolle einnehmen können (vgl. ebd., S. 17).

Besonders in Hinblick auf die Fragestellung der vorliegenden Arbeit gilt es zu untersuchen, inwiefern Darstellungen von Schönheit einen Aspekt der Inszenierung von Mutterschaft einnehmen und in welcher Art sie medial artikuliert werden. Wie bereits in Kapitel 2.2.4 erwähnt, dient das visuelle Medium Instagram in erster Linie der positiven Selbstdarstellung, welche mithilfe diverser Bildbearbeitungsprogramme optimiert und idealisiert werden kann (vgl. Kap. 2.2.4).

In Kombination mit dem gesellschaftlich vorherrschendem Stereotyp der Schönheit scheint die Inszenierung der eigenen Person zunächst spontan, vielmehr kann es jedoch durch den regelmäßigen Konsum besonders attraktiver Menschen zu einer Verschiebung des persönlichen Schönheitsideals kommen (vgl. Krause 2018, S. 74). Der Schwerpunkt der veröffentlichten visuellen Beiträge liegt daher auf ästhetisierten, positiven Momenten der individuellen Biografien, doch es ist vermehrt eine gegenläufige Bewegung in Form einer Anti-Ästhetik mittels ungestellter Momentaufnahmen und Situationen zu erkennen (vgl. Authenrieth 2016, S. 15). Somit wirkt sich auch der Konsum der alltäglichen Kommunikationsmedien und sozialer Netzwerke wie Instagram auf die individuelle Betrachtung von Schönheit aus: „Es kann resümierend festgehalten werden, dass Schönheitsvorstellungen und daran anknüpfend Schönheitshandeln nicht nur durch die Sozialisation, [...] sondern ebenso durch den anhaltenden medialen Konsum modifiziert werden kann“ (Krause 2018, S. 7).

Gerade unter Betrachtung des für die vorliegende Arbeit relevanten Aspektes der Darstellung von Mutterschaft ist jedoch auch die spezielle Erwähnung der Inszenierung des After-Baby-Bodys notwendig. Hiermit ist zunächst die körperliche Veränderung von Frauen

nach einer Schwangerschaft gemeint, wobei der besondere Fokus auf der konnotativen Bedeutung liegt (vgl. Authenrieth 2018, S. 51). Diese meint nicht den mütterlichen Körper nach einer Geburt, „vielmehr wird die möglichst schnelle Rückkehr der Frau zu ihrer früheren ›Figur‹ hervorgehoben“ (Authenrieth 2018, S. 51, Herv. i.O.). Durch Plattformen wie Instagram werden beispielhafte Bilder einer perfekten Schwangeren vermittelt und von anderen Frauen angestrebt, ebenso wie die Darstellung des Körpers nach einer Schwangerschaft zu einem Idealbild für andere Nutzende der Plattform werden kann (vgl. Authenrieth 2018, S. 72).

Wie schon in Kapitel 2.2.3 dargelegt wurde, basiert die Funktion von Instagram auf der virtuellen Wertschätzung von visuellen Beiträgen (vgl. Kap. 2.2.3). Auch die Verbreitung von Idealbildern und Schönheitsstereotype unterliegt dem System der Aufwertung und Anerkennung durch Likes und Kommentare, woraus positive Gefühle in Form von Bestätigung und Motivation resultieren können (vgl. ebd.).

Abschließend kann festgehalten werden, dass Körperbilder und Stereotype von Schönheit nicht nur in professionellen medialen Kontexten wie beispielsweise im Fernsehen oder in Print-Medien vermittelt werden, sondern auch in Kommunikationsmedien und sozialen Netzwerken wie Instagram. Insbesondere bei der Darstellung und normativen Zuschreibung von idealen Vorher-Nachher-Bildern in Bezug auf Schwangerschaft erscheinen Bilder als zentrales Kommunikationsmittel (vgl. Authenrieth 2018, S. 72). Inwiefern dieser Aspekt Einfluss auf die Darstellung von Mutterschaft hat, wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit untersucht.

2.5 Zwischenfazit: Inszenierung von Mutterschaft auf Instagram

Um die bisherigen Kapitel miteinander zu verknüpfen und hinsichtlich der zentralen Forschungsfrage dieser Arbeit auszurichten, erfolgt in diesem Unterkapitel ein Zwischenfazit zu der Inszenierung von Mutterschaft auf Instagram.

Dabei ist zunächst festzuhalten, dass Emotionen durch Fotos effektiver vermittelt werden können als beispielsweise durch Textelemente (vgl. Authenrieth 2016, S. 5). Zudem entwickeln die Beteiligten in virtuellen Gemeinschaften, wie hier beispielsweise anhand von Instagram, eine emotionale Bindung zu anderen Nutzenden (vgl. Gläser 2015, S. 52). Die Darstellung und Inszenierung der eigenen Person erfolgt demnach nicht ausschließlich anhand von Fotografien, sondern kann auch durch Bildunterschriften, Verlinkungen, Hashtags, Kommentare und andere Elemente unterstützt werden. Daher mündet die

Darstellung des Selbst in einer komplexen Verzahnung von Ikonizität, Textfragmenten und anderer medialer Artikulationen (vgl. Schreiber/ Kramer 2016, S. 81). Die visuelle Inszenierung der Identität in den sozialen Medien beinhaltet zudem den Aspekt der Persönlichen Öffentlichkeiten sowie deren Veränderungen.

Dabei ist festzuhalten, dass insbesondere die Veröffentlichung privater Inhalte zu großer Beliebtheit führt, wodurch sich die Frage nach Privatsphäre und Öffentlichkeit stellt (vgl. Maleyka 2019, S. 191). Durch den Themenschwerpunkt dieser Arbeit liegt der Fokus auf Müttern und deren veröffentlichten Aufnahmen auf Instagram, wobei auch die Darstellung der eigenen Kinder eine zentrale Rolle spielt. Vor allem in Hinblick darauf verschieben sich die Grenzen der Privatsphäre und es kommt zu einer Intimisierung des Öffentlichen (vgl. Schmidtke et al. 2019, S. 211).

Die ganzheitliche Betrachtung der Möglichkeiten innerhalb des visuellen Mediums Instagram wird damit zunehmend bedeutender, da öffentliche Profile einerseits auch ohne Zugang vollständig einzusehen sind und somit nicht nachzuverfolgen ist, wie viele Menschen die Beiträge mutmaßlich sehen. Andererseits bietet die Applikation selbst verschiedene Werkzeuge an, um Fotografien nachträglich digital zu bearbeiten, sodass die Aufnahme hinsichtlich der gewünschten Stilrichtung optimiert werden kann. Durch die gegebene Anonymität können die Nutzenden selbst entscheiden, welche Informationen sie in welcher Form über sich preisgeben wollen, wodurch stets mehrere Optionen wie vollkommene Authentizität oder auch stilisierte Idealisierung der eigenen Person zur Auswahl stehen (vgl. Brailovskaia 2013, S. 28). Nach Goffman besteht dadurch zusätzlich die Möglichkeit, mittels Andeutungen oder Auslassungen absichtlich einen falschen Eindruck zu erwecken, ohne dabei gelogen zu haben (vgl. Goffman 2000, S. 58).

Vor allem in Hinblick auf die Inszenierung von Mutterschaft gilt es herauszufinden, ob und wie Geschlechterrollen reproduziert werden oder ob eine Thematisierung dieses Aspektes grundsätzlich vermieden wird. Mediale Artikulationen bezüglich der Mutterschaft zeigen sowohl idealisierende als auch abwertende Vorstellungen, welche durchaus eine Wirkmacht auf das Leben von Frauen ausüben und sie dadurch beeinflussen können (vgl. Dolderer et al. 2018, S. 14). Zudem erhält die Visualisierung von Familie einen neuen Stellenwert und bildet einen Teil des Mediatisierungsprozesses, wodurch Kommunikation immer häufiger über Bilder stattfindet (vgl. Authenrieth 2017, S. 140). Weiterhin bildet die Inszenierung von Schönheit und Reproduktion ausgewählter Ideale einen Themenschwerpunkt der folgenden Untersuchung, da mediale Körperbilder nicht nur in professionellen Medienkontexten ausgehandelt werden, sondern auch in der digitalen Alltagskommunikation (vgl. Grittmann et al. 2018, S. 15).

Die folgende Untersuchung befasst sich schlussendlich mit der Frage nach Selbstdarstellung und Inszenierung der eigenen Lebenswelt, wobei verschiedene Merkmale diesbezüglich analysiert werden. Wie stellen sich Mütter auf Instagram dar, welche Methoden werden dazu angewendet und welche Rolle spielt dabei die Darstellung der eigenen Kinder? Diese Aspekte werden im Folgenden untersucht und gezielt auf die Forschungsfrage ausgerichtet.

3. Empirische Grundlage der Untersuchung

Um die Darstellungen von Mutterschaft in den sozialen Medien am Beispiel von Instagram untersuchen zu können, werden zunächst die Vorgehensweise der Datenerhebung sowie die Methode der Analyse erläutert. Anschließend werden die Profile der ausgewählten Personen vorgestellt, deren visuelle Beiträge die Grundlage für die Untersuchung bilden. Die spezifische Forschungsfrage bildet dabei den Ausgangspunkt, hinsichtlich welchem die Analyse erfolgt: Wie inszenieren Mütter sich selbst und ihre Familien auf Instagram und welche Muster sind dabei zu erkennen?

3.1 Datenerhebung

Die Auswahl der visuellen Beiträge für die Untersuchung der Darstellung von Mutterschaft auf Instagram erfolgte stichprobenartig. Dazu wurden zunächst fünf deutschsprachige Accounts von Müttern ausgewählt, wobei ein öffentlich einsehbares Profil eine Grundvoraussetzung für die Auswahl darstellte. Zudem wurden aufgrund der Thematik der Mutterschaft ausschließlich weibliche Personen ausgewählt, welche überwiegend Bilder ihrer Kinder veröffentlichen und ihr Profil thematisch danach ausgerichtet haben. Weiterhin wurde beachtet, dass sich die Bekanntheit der ausgewählten Frauen anhand der Abonnements auf Instagram unterscheidet, um eine möglichst differenzierte Betrachtung der Inszenierungen gewährleisten zu können.

Die Auswahl fiel auf die Profile der Mütter „kleinliebchen“, „karokauer“, „joschy_84“, „janinewiggert“ und „carina_koeberl“, was mit einer hohen Diversität zu begründen ist. Um einen authentischen Vergleich einzelner Profile erreichen zu können, wurden fünf Mütter ausgewählt, die sich grundsätzlich in der Darstellung ihres Online-Auftrittes unterscheiden und verschiedene Schwerpunkte in der thematischen Ausrichtung gesetzt haben.

Aus Kapazitätsgründen wurde der relevante Zeitraum zunächst auf einen Monat begrenzt, sodass ausschließlich visuelle Daten aus dem Monat Juli 2019 für die Untersuchung berücksichtigt wurden. Da vereinzelte Kategorien jedoch noch nicht ausreichend Bildmaterial vorweisen konnten, wurde der Zeitraum während der Datenerhebung um einen Monat verlängert, sodass die Monate Juni und Juli 2019 in die Betrachtung eingeflossen sind. Das vorhandene Bildmaterial wurde zunächst gesammelt und im nächsten Schritt kategorisiert, sodass eine Auswahl verschiedener Untergruppen entstand. Erst als die theoretische Sättigung eintrat und ausreichend visuelle Daten für die verschiedenen Kategorien nachzuweisen waren, wurde die Einordnung beendet. Insgesamt wurden für die folgende Untersuchung somit 179 Bilder in sieben Kategorien eingeordnet und hinsichtlich der Forschungsfrage analysiert und ausgewertet. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass nicht alle veröffentlichten Beiträge der ausgewählten Personen in dem genannten Zeitraum berücksichtigt wurden, da sich die Motive oftmals wiederholten und die dazugehörigen Kategorien durch die theoretische Sättigung bereits genug Material aufwiesen. Weiterhin ist festzuhalten, dass die Augen der abgebildeten Kinder in den Großaufnahmen aus Datenschutzgründen trotz Veröffentlichung ihrer Eltern anonymisiert wurden.

3.2 Methode und Vorgehensweise

Das folgende Kapitel erläutert die Vorgehensweise der Untersuchung der visuellen Inszenierung von Mutterschaft am Beispiel von Instagram, welche sich an dem Rahmen der Grounded Theory aus dem Bereich der qualitativen Sozialforschung orientierte. Diese Methode funktioniert als mehrstufiges Auswertungsverfahren und berücksichtigt dabei nicht nur qualitatives, sondern auch quantitative Material (vgl. Strübing 2014, S. 14f.). Einen wichtigen Schritt stellt dabei das Kodieren dar, was als Prozess „der Entwicklung von Konzepten in Auseinandersetzung mit dem empirischen Material“ verstanden wird (ebd., S. 16). Die einzelnen zu untersuchenden Daten wurden für die vorliegende Arbeit in Anlehnung an diese Herangehensweise zunächst inhaltlich und methodisch aufgebrochen und anschließend in Kategorien geordnet, wodurch ein möglichst breiter Zugang zu dem Themenfeld und dem dazugehörigen Datenmaterial entsteht. Die Kategorisierung erfolgte bis zu dem Zeitpunkt, an welchem keine weiteren Eigenschaften ermittelt werden konnten und somit die theoretische Sättigung eintrat (vgl. Strübing 2014, S. 32). Dabei ist anzumerken, dass es sich um die exemplarische Betrachtung eines ausgewählten Zeitraums handelte, welcher nach Abschluss der Kategorisierung keine weiteren Erkenntnisse lieferte. Zu einem anderen Zeitpunkt wiederum könnten durchaus weitere Erkenntnisse

wahrgenommen werden, was unter anderem an äußeren Umständen und diskursiven Ereignissen liegen kann.

Im Anschluss wird dargelegt, wie die Untersuchung mithilfe des Analysemodells von Schreiber und Kramer (2016) als Vorlage in gekürzter Form durchgeführt wurde. Die Basis besteht dabei in der Herausarbeitung von Bildpraktiken auf Social Media Plattformen, die als „eine komplexe Verzahnung ikonischer, textbasierter und anderer Artikulationen charakterisiert werden [können] (Schreiber/ Kramer 2016, S. 81). Es werden gezielt Kommunikationsmodi der Plattform Instagram herausgestellt und hinsichtlich Gemeinsamkeiten, Ambivalenzen und technischer Begrenzungen untersucht (vgl. ebd., S. 82). „Die Synthese der Analyse visueller und textlicher Elemente ermöglicht ein methodologisch begründetes und damit theoretisch anschlussfähiges Verständnis von Bildpraktiken auf Social Media Plattformen“ (ebd.). Somit werden nicht ausschließlich die veröffentlichten Bildmotive in dem sozialen Netzwerk Instagram untersucht, sondern es werden zudem weitere Elemente wie Bildunterschriften, Hashtags, Likes und Kommentare berücksichtigt.

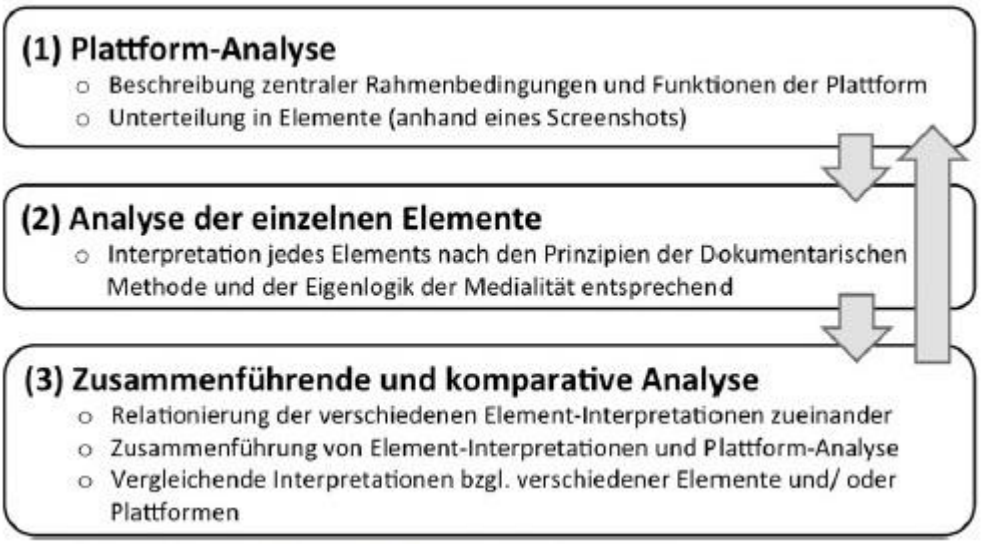


Abb. 5: Konkreter methodologisch-methodischer Vorschlag der Struktur der Analyse
Quelle: Schreiber/ Kramer 2016, S. 87

Wie in Abbildung 5 zu erkennen ist, findet nach Schreiber und Kramer (2016) im ersten Schritt die Plattform-Analyse statt, welche die allgemeinen Rahmenbedingungen und Funktionen sowie die analytische Unterteilung in verschiedene Elemente beinhaltet (vgl. ebd., S. 88). Aufgrund der Relevanz für das Theorieverständnis der vorliegenden Arbeit wurde dieses Segment jedoch bereits in Kapitel 2.2.3 dargelegt. Im Anschluss daran erfolgt

nach Schreiber und Kramer die Analyse der einzelnen Elemente, welche im weiteren Verlauf dieses Kapitels näher erläutert werden (vgl. Abb. 5). Zuletzt werden die verschiedenen Interpretationen zusammengeführt und hinsichtlich verschiedener Gesichtspunkte interpretiert
(vgl. ebd.).

Die Untersuchung der vorliegenden Arbeit begann jedoch zunächst mit der Einordnung der visuellen Daten in thematische Kategorien, welche im weiteren Verlauf näher erläutert werden. Im nächsten Schritt wurden die Gemeinsamkeiten der visuellen Daten je Kategorie untersucht, sodass die korrekte Zuordnung gesichert war. An dieser Stelle ist festzuhalten, dass die Analyse nach Schreiber und Kramer in drei Elemente unterteilt ist, die nacheinander untersucht und interpretiert werden. Zunächst wird demnach das Bild als erstes Element analysiert, daraufhin folgen die Bildunterschrift, der Name, das Profilbild sowie die Zeit- und Ortsangabe, welche zusammengefasst das zweite Element ergeben (vgl. Schreiber/ Kramer 2016, S. 88).

Das dritte Element besteht aus den Likes und Kommentaren, welche ebenfalls formulierend und reflektierend untersucht werden (vgl. ebd.). Weiterhin ist zu erwähnen, dass es sich bei der folgenden Analyse um eine qualitative Methode handelt, sodass je ein Bild stellvertretend pro Kategorie erörtert wird. Anhand der herausgearbeiteten Ergebnisse ist abschließend zu eruieren, inwiefern diese auf die anderen Bilder übertragen werden können und welche Rückschlüsse sich in Hinblick auf die Forschungsfrage ziehen lassen.

Im Folgenden werden die einzelnen Untersuchungspunkte aufgeführt, hinsichtlich welcher die visuellen Daten ausgewertet werden. Zunächst steht dabei die vorikonografische und ikonografische Beschreibung des Bildes als erstes Element im Vordergrund, woraufhin die reflektierende Interpretation dessen nach Schreiber und Kramer erfolgt (vgl. Schreiber/ Kramer 2016, S. 88). Anschließend werden dieselben Analyseschritte auf das zweite Element angewandt, welches Bildunterschriften und andere Arten von Textbausteinen meint (vgl. ebd.). Daraufhin wird das dritte Element der Likes und Kommentare in derselben Reihenfolge untersucht, um im letzten Schritt die Relationierung der Elemente zueinander durchzuführen und Parallelen zwischen den Ebenen herausarbeiten zu können (vgl. ebd.).

3.3 Vorstellung der ausgewählten Profile

Für eine allumfassende und differenzierte Untersuchung der visuellen Daten erfolgt in diesem Unterkapitel die Beschreibung sowie die größentechnische Einordnung der Profile, welche nach dem Zufallsprinzip für diese Analyse ausgewählt wurden. Es handelt sich dabei um fünf Frauen, die verschiedene Aspekte ihrer Mutterschaft mit der Öffentlichkeit teilen und damit unterschiedliche Sichtweisen und Standpunkte vertreten. Bei der stichprobenartigen Auswahl wurde darauf geachtet, dass sich die Kinder in ähnlichen Altersstufen im Rahmen des Kleinkindalters befinden, um eine vergleichbare Grundlage für die Analyse zu schaffen.

Kleinliebchen

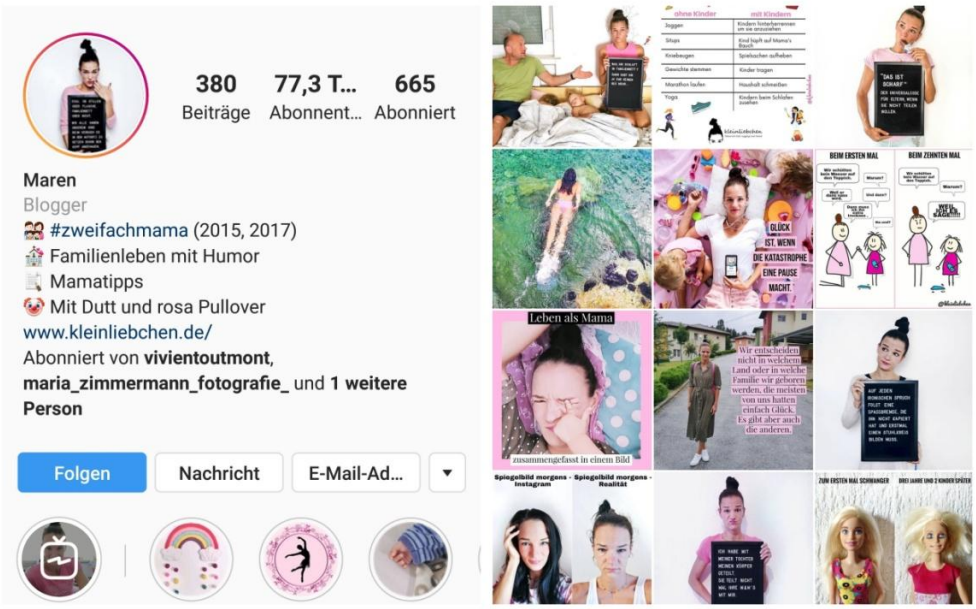


Abb. 6: Screenshot des Profils von Kleinliebchen
Quelle: www.instagram.com/kleinliebchen

Die erste ausgewählte Person für die Analyse der Inszenierung von Mutterschaft ist *Kleinliebchen*, die von etwa 77.300 Personen abonniert wurde. Anhand ihres Profils, welches im Fachjargon auch „Biografie“ genannt wird, betitelt sie sich als „Zweifachmama“, beschreibt ihre Inhalte als „Familienleben mit Humor“, die Mamatipps gibt und betont ihre Markenzeichen „mit Dutt und rosa Pullover“ (vgl. Abb. 6). Der grobe Überblick über einen Teil ihrer veröffentlichten Bilder zeigt, dass die Farben Weiß und Rosa häufig auftreten und

sie viele Textelemente und grafische Details verwendet. Weiterhin bildet sie ihre Kinder selten ab, stattdessen steht sie selbst im Vordergrund und verwendet vorwiegend Elemente wie sogenannte „Letterboards“, Barbiepuppen und Zeichnungen, um Botschaften zu übermitteln.

Karokauer

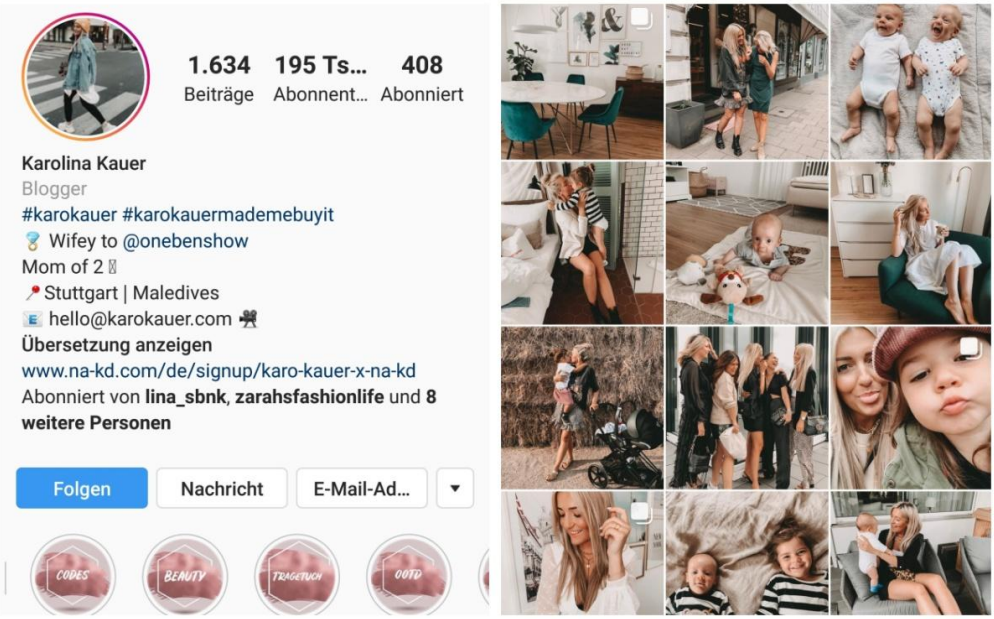


Abb. 7: Screenshot des Profils von Karo Kauer
Quelle: www.instagram.com/karokauer

Die zweite ausgewählte Persönlichkeit ist *Karolina Kauer*, die mit 195.000 Abonnenten die zweitmeisten Follower der hier berücksichtigten Mütter hat (vgl. Abb. 7). Ihr Profil füllt sie mit den beiden Hashtags „#karokauer“ und „#karokauermademebuyit“, welche in der folgenden Analyse von Bedeutung sein werden (vgl. ebd.). Zudem beschreibt sie sich als „Wifey“, wobei es sich um den umgangssprachlichen englischen Begriff für Ehefrau handelt, sowie als Mutter von zwei Kindern. Weiterhin hat sie die Standorte Stuttgart und Malediven hervorgehoben und eine Kontaktmöglichkeit hinterlassen. Der Überblick über ihre zuletzt veröffentlichten Bilder zeigt, dass helle Töne sowie Brauntöne präsent sind und hauptsächlich sie selbst und ihre Kinder abgebildet sind.

Joschy_84

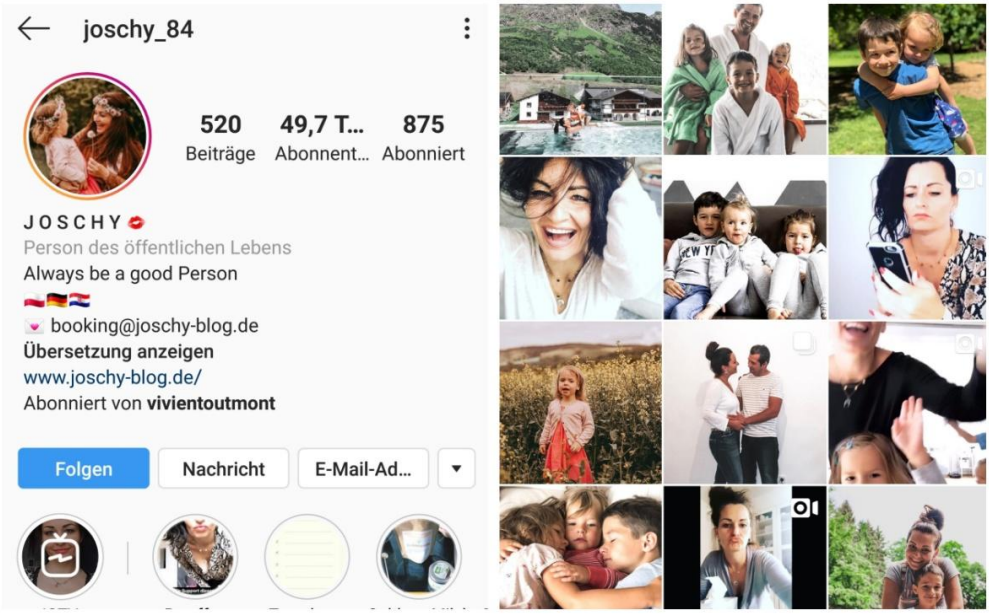


Abb. 8: Screenshot des Profils von Joschy_84
Quelle: www.instagram.com/joschy_84

Weiterhin wurde die Nutzerin *joschy_84* mit etwa 49.700 Abonnenten ausgewählt, die ihr Profil mit den Worten „always be a good person“ schmückt (vgl. Abb. 8). Außerdem ist eine Kontaktadresse hinterlegt sowie drei Flaggen-Emoticons. Ein allgemeiner Blick auf die letzten veröffentlichten Beiträge zeigt eine Zusammenstellung verschiedener Motive, wobei helle und grüne Farbtöne häufig auftreten. Zudem besteht das Profil nicht nur aus Bildern, sondern auch aus humoristischen Videos, welche in der vorliegenden Arbeit aufgrund der thematischen Ausrichtung auf visuelle Daten jedoch nicht berücksichtigt wurden. Die Abbildung des Familienlebens ist hauptsächlicher Bestandteil der Fotos, wobei eine abwechselnde Kombination aus der Darstellung verschiedener Familienmitglieder auffällt.

Janinewiggert

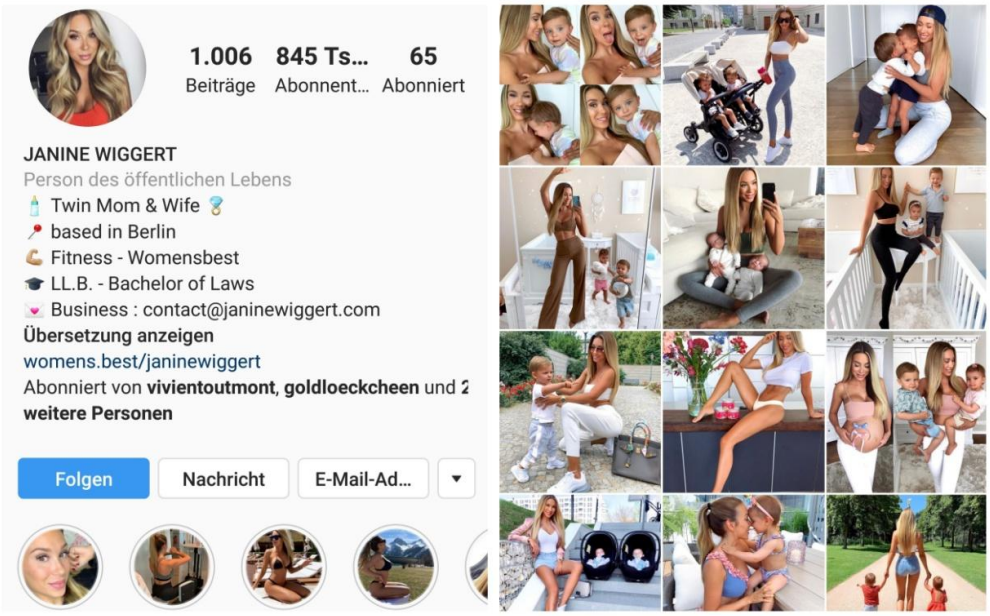


Abb. 9: Screenshot des Profils von Janine Wiggert
Quelle: www.instagram.com/janinewiggert

Die vorletzte Mutter, die für die anschließende Untersuchung ausgewählt wurde, ist *Janine Wiggert.* Mit 845.000 Abonnenten hat sie von den fünf hier relevanten Frauen das größte Publikum und beschreibt sich in ihrem Profil als Zwillingsmutter und Ehefrau (vgl. Abb. 9). Zudem markiert sie ihren aktuellen Wohnort Berlin sowie ihre akademische Ausbildung in Form eines Studiums in Wirtschaftsrecht. Darüber hinaus hat sie eine Kontaktmöglichkeit angegeben und ihren Langzeitsponsor namentlich erwähnt. Ein Überblick ihrer letzten veröffentlichten Bilder zeigt, dass sie ausnahmslos selbst mit ihren zwei Kindern abgebildet ist und dies das Zentrum ihrer Inszenierung darstellt. Das verwendete Farbschema enthält viele helle Pastelltöne und Akzente in rosa und blau.

Carina Köberl

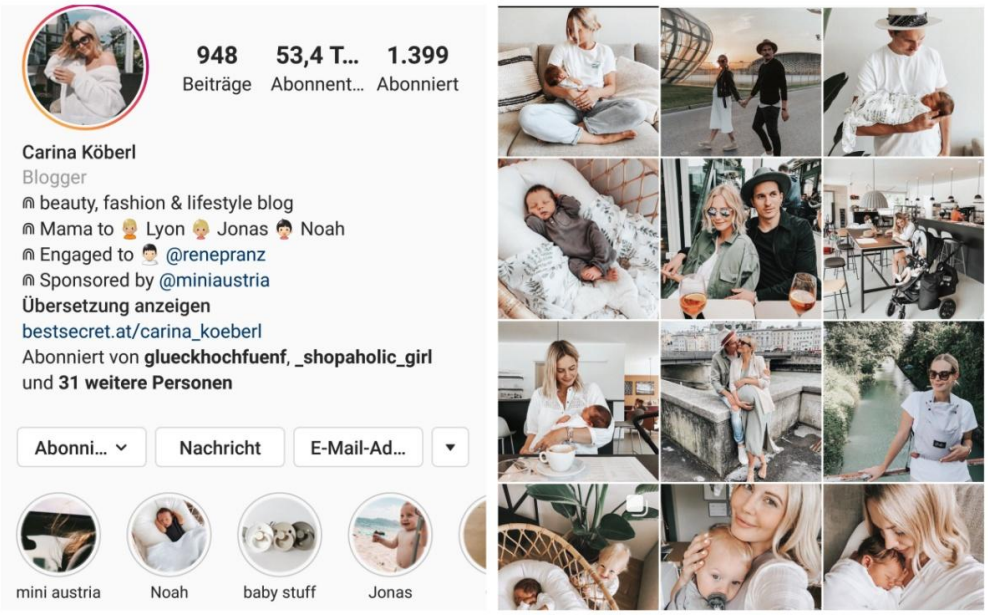


Abb. 10: Screenshot des Profils von Carina_Koeberl
Quelle: www.instagram.com/carina_koeberl

Die fünfte Nutzerin heißt *carina_koeberl*, hat etwa 53.400 Abonnenten und beschreibt ihr Profil auf Instagram als „beauty, fashion und lifestyle blog“ (vgl. Abb. 10). Zudem erwähnt sie ihre drei Söhne, verlinkt ihren Verlobten und markiert zwei Firmen als ihre Sponsoren. Ihr Profil fällt durch eine Häufung neutraler Farbtöne auf, wobei jedes Bild weiße Elemente besitzt. Die Motive wechseln sich ab und zeigen hauptsächlich sie selbst mit ihren Kindern aber auch die Inszenierung der Partnerschaft sowie die Abbildung des Familienlebens tragen zu ihren visuellen Daten bei.

4. Ergebnisse der Analyse der visuellen Inszenierung von Mutterschaft auf Instagram

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Analyse der visuellen Inszenierung von Mutterschaft am Beispiel von Instagram dargelegt. Dabei werden zunächst die verschiedenen Kategorien erläutert, welche sich aufgrund der Datenerhebung ergaben. Zudem werden die einzelnen Elemente in Anlehnung an das Analysemodell von Schreiber und Kramer (2016) hinsichtlich der Forschungsfrage untersucht, welche an dieser Stelle noch einmal genannt wird: „Wie inszenieren Mütter sich selbst und ihre Familien auf Instagram und welche Muster sind dabei zu erkennen?“

Wie bereits in dem Unterkapitel der Methode (vgl. Kap. 3.2) dargestellt wurde, erfolgte eine Sortierung der von den ausgewählten Müttern veröffentlichten visuellen Daten aus den Monaten Juni und Juli 2019. Durch diese thematische Einordnung entstanden Kategorien, welche den Bildern eine Zugehörigkeit zuweisen. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass vereinzelte Aufnahmen mehreren Gruppierungen hätten zugeordnet werden können, der Fokus wurde jedoch ausschließlich auf das auffälligste Merkmal des Motivs gelegt.

Abb. 11: Überblick über die erstellten Kategorien

Quelle: eigene Darstellung

Anhand von Abbildung 11 ist zu erkennen, welche Kategorisierung die Einteilung der visuellen Daten ergeben hat (vgl. Abb. 11). Es handelt sich dabei um insgesamt sieben Gruppierungen, welche durch unterschiedlich viele Zuordnungen auffallen. Das Diagramm in Abbildung 12 zeigt die exakte Verteilung der Bildbeiträge. Die Kategorie der Mutter-Kind-Aufnahmen ist dabei mit 47 zugeordneten Bildern am größten und zeichnet das Hauptmotiv der Mutter mit ihren Kindern aus (vgl. Abb. 12). Die zweitgrößte Kategorie ist mit 28 Aufnahmen die der Werbebeiträge, wobei diese durch verschiedene Motive und Darstellungen auffallen und somit nicht eindeutig zuzuordnen sind. Hierbei handelt es sich teilweise um Fotos, die beispielsweise der soeben genannten Gruppierungen Mutter-Kind-Aufnahmen oder anderen Kategorien hätten zugeordnet werden können, doch durch die Besonderheit der Werbung separat eingeteilt und untersucht wurden. Insbesondere in Anbetracht dessen, dass Werbung einen stetig wachsenden Teil des sozialen Netzwerks Instagram einnimmt, wurden die dazugehörigen Beiträge daher gesondert behandelt.

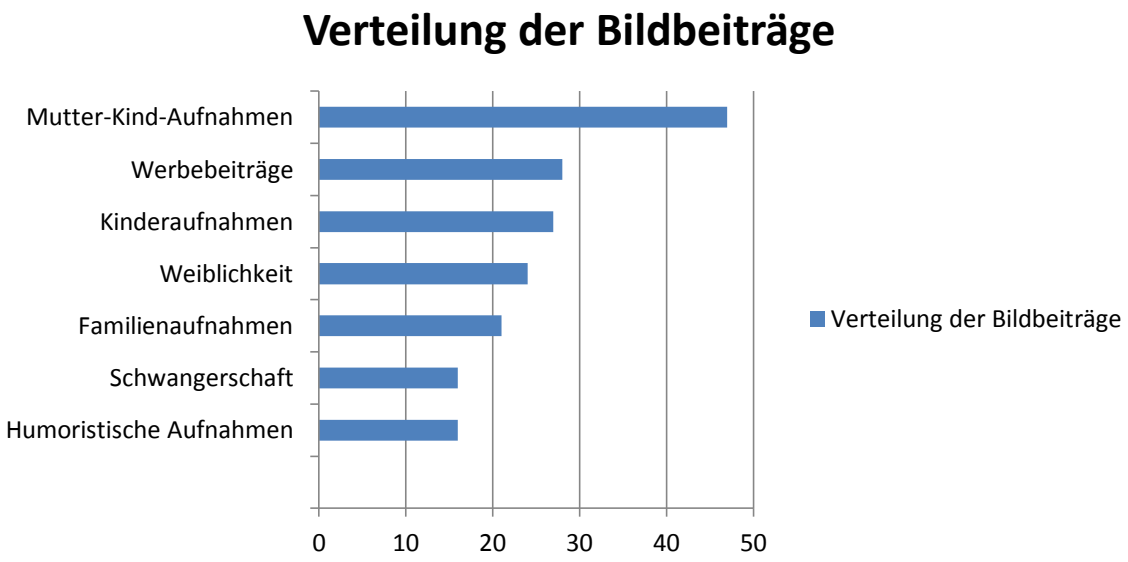


Abb. 12: Thematische Verteilung der relevanten visuellen Beiträge

Quelle: Eigene Darstellung

Die nächstgrößte Kategorie der Kinderaufnahmen beinhaltet 27 Bilder und zeichnet sich dadurch aus, dass sie als alleiniges Motiv und ohne Elternteil abgebildet sind (vgl. ebd.). Die Gruppierung der Weiblichkeit enthält 24 Beiträge, welche durch verschiedene Motivausrichtungen ausfallen. Trotzdem handelt es sich dabei um einen einheitlichen Typus, da stets die Frau als Darstellung der eigenen Person oder ausgewählte Teilbereiche dessen im Vordergrund stehen, wie beispielsweise in Form von Selbstportraits oder

Spiegelaufnahmen. Der Kategorie der Familienaufnahmen wurden 21 Fotos zugeordnet, wobei die Abbildung einer männlichen (Vater-)Figur den wesentlichen Bestandteil dessen darstellt. Die letzten beiden Gruppierungen der Schwangerschaft sowie der humoristischen Aufnahmen beinhalten jeweils 16 Bilder, wodurch sie die wenigsten Zuordnungen dieser Untersuchung enthalten (vgl. Abb. 12).

4.1 Beschreibende und Interpretierende Auswertung der Ergebnisse

In diesem Unterkapitel werden die Ergebnisse der Untersuchung beschrieben und interpretierend ausgewertet. Die Kategorie der Mutter-Kind-Aufnahmen ist mit 47 Bildern am häufigsten besetzt, weswegen sie zu Beginn der Analyse untersucht wird. Die hier angeführte Reihenfolge ergibt sich aus der Anzahl der vorhandenen Beiträge, sodass die Anordnung in diesem Teil der Arbeit identisch zu Abbildung 12 absteigend erfolgte. Die Darstellung der Ergebnisse aus der Untersuchung gestaltet sich so, dass im ersten Teil die Kategorie als Ganzes erläutert und Voraussetzungen für die Zuordnung dargelegt werden. Im Anschluss daran werden die beschreibenden und interpretierenden Elemente in Anlehnung an das Analysemodell von Schreiber und Kramer (2016) abgebildet.

Zunächst erfolgt dazu die ikonografische Beschreibung des Bildes als erstes Element, anschließend werden die einzelnen Aspekte reflektierend interpretiert. Daraufhin werden die Bildunterschrift und Hashtags als zweites Element beschrieben und hinsichtlich der Bedeutungsebene interpretiert. Das dritte Element bilden Likes und Kommentare, welche im darauffolgenden Schritt dargelegt und ausgewertet werden, bevor sich der letzte Schritt mit der Relationierung der herausgearbeiteten Erkenntnisse befasst.

Mutter-Kind-Aufnahmen

Wie bereits aufgeführt wurde, handelt es sich bei der Kategorie der „Mutter-Kind-Aufnahmen“ mit 47 Beiträgen um die am häufigsten besetzte Gruppierung, deren Ergebnisse im Folgenden hinsichtlich der Analysemethode nach Schreiber und Kramer (2016) dargestellt werden. Die Voraussetzung für eine Zuordnung zu dieser Kategorie war die Abbildung der Mutter mit einem oder mehreren Kindern im Zentrum des Bildes als Hauptmotiv. Dabei fiel auf, dass es einige Beiträge gab, die innerhalb einer Räumlichkeit aufgenommen wurden und im Vergleich dazu deutlich mehr Bilder zu Außenaufnahmen gezählt werden konnten.

Aus Gründen der Kapazität wurden diese beiden Unterpunkte nicht separat voneinander behandelt, zudem unterscheidet sich der Bildaufbau und die Art der Inszenierung nicht signifikant. Exemplarisch für diese Kategorie wurde die Fotografie von Janine Wiggert ausgewählt, welche mit ihren Kindern abgebildet ist und durch das Zusammenspiel von Motiv und Farbschema besonders auffällig ist (vgl. Abb. 13).

Abb. 13: Screenshot Janine Wiggert
Quelle: www.instagram.com/janinewiggert; abger. am 2.8.2019

Für die vorikonografische Beschreibung des Bildes als erstes Element werden die einzelnen Merkmale und Bilddetails im Vorder-, Mittel- und Hintergrund dargelegt. Die weißen Türen und Wände im Hintergrund sind schlicht gehalten und sorgen für einen Kontrast zu dem sauberen Holzboden. Der Mittel- und Vordergrund weist drei Personen auf, wobei die Mutter auf dem Fußboden hockt und die zwei Kleinkinder im Arm hält. Sie selbst trägt eine helle Freizeithose sowie ein kurzes, graues Oberteil und eine dunkelblaue, sportliche Kopfbedeckung und richtet den Kopf mit einem Lächeln auf den Boden. Die Kleidung der Kinder ist farblich identisch, da beide ein dunkelblaues Unterteil und ein weißes Oberteil tragen. Zudem steht eines der Kleinkinder in der Mitte zwischen der Mutter und dem zweiten Kind und wird von beiden Seiten umarmt, sodass das Gesicht unkenntlich ist. Das Kind auf der linken Seite neigt den Kopf in Richtung der Wange des Mädchens, welches durch eine Schleife im Haar und einen Latzrock erkenntlich wird, und deutet einen Kuss an.

Der Bildausschnitt ist so gewählt, dass die Personen in der Mitte der Fotografie abgebildet sind und ein Freiraum zu allen Seiten der Aufnahme entsteht. Weiterhin wird eine Vogelperspektive deutlich, da das Bild über der Augenhöhe der Personen aufgenommen wurde.

Im nächsten Abschnitt erfolgt die reflektierende Interpretation, welche die einzelnen Merkmale des Bildes mit der Wirkung dessen verknüpft. Dabei geht es weiterhin ausschließlich um die Bildmotive, nicht jedoch um textliche Attribute sowie Kennziffern, welche erst im darauffolgenden Teil dargelegt werden. Durch die zentrierte Ausrichtung der Mutter und ihrer Kinder in dieser Aufnahme wird deutlich, dass sie im Vordergrund stehen. Zusätzlich sorgt der schlichte Hintergrund und die weiße Wandfarbe dafür, dass keine Elemente von dem Vordergrund und der Geste der Kinder ablenken. Die Zärtlichkeit des Geschwisterkindes wird dadurch in den Fokus gerückt und durch das Lächeln der Mutter untermalt. Die Inszenierung wird von der farblichen Abstimmung der Kleidung vervollständigt, da die drei Personen einfarbige Kleidungsstücke tragen und die dunkelblaue Kappe der Mutter zu der Hose und dem Latzrock ihrer Kinder passt.

An dieser Stelle beginnt die formulierende und reflektierende Interpretation des zweiten Elementes, dabei handelt es sich nach Schreiber und Kramer (2016) um Attribute wie Username, Profilbild, Zeit- und Ortsangabe sowie Bildunterschrift (vgl. Schreiber/ Kramer 2016, S. 88). Aus Kapazitätsgründen wird an dieser Stelle für jede Kategorie auf eine ausführliche Beschreibung aller soeben genannter Aspekte verzichtet, um den Fokus auf die Untersuchung der Bildunterschriften zu legen.
Wie in Abbildung 13 zu erkennen ist, lautet die englische Beschreibung des Bildes: *„Aww my heart is melting. He loves his sister so much!!“* Die deutsche Übersetzung der zwei Sätze bedeutet: „Oh, mein Herz schmilzt. Er liebt seine Schwester so sehr“ Der verwendete Hashtag *„#siblinglove“* bedeutet übersetzt „Geschwisterliebe“, woraus zusätzlich erkenntlich wird, dass es sich bei den beiden abgebildeten Kindern um Geschwister handelt. Weiterhin werden durch die textlichen Attribute die Geschlechter hervorgehoben, welche bei reiner Betrachtung des Bildes nicht eindeutig zu erkennen gewesen wären.

Neben der Hervorhebung der geschlechtlichen Identität der Kinder steht auch das inszenierte, liebevolle Verhältnis im Vordergrund. Die Mutter artikuliert durch die Bildunterschrift demnach ihre positiven Gefühle und betont die romantisierte Beziehung ihrer Kinder untereinander. Das dritte zu untersuchende Element ist das Verhältnis von Likes und Kommentaren, welches im Folgenden erläutert wird. Auch hier handelt es sich um eine gekürzte Variante, die sich den für die Forschungsfrage dieser Arbeit relevanten Aspekten widmet. Die Aufnahme erhielt 22.839 Likes (Stand: 2.8.2019) und 118 Kommentare, wobei letztere Angabe direkt aus der Applikation stammt und nicht in Abbildung 13 zu erkennen ist.

Inhaltlich beziehen sich die Kommentare fast ausschließlich darauf, wie „süß“ und „schön“ das Bild sei (vgl. Abb. 13). Zudem beinhalten die meisten Artikulationen Emoticons in Form von Herzen, welche die positive Konnotation der geschriebenen Worte verstärken.

Der letzte Schritt der Untersuchung dieser Kategorie beinhaltet die Relationierung der aufgeführten Elemente zueinander. Dabei werden die in den vorherigen Abschnitten dargelegten Ergebnisse zusammengeführt, wobei die Forschungsfrage nach der Inszenierung von Müttern auf Instagram und mögliche erkennbare Muster im Zentrum steht. Die ikonografische Beschreibung sowie die formulierenden und reflektierenden Interpretationen des exemplarischen Bildes der Kategorie *Mutter-Kind-Aufnahmen* ergeben die idealisierte Darstellung eines familiären Austausches von Zuneigung in Form einer Umarmung und eines Kusses auf die Wange. Dabei stehen die Geschwisterkinder und deren auffallend positives Verhältnis im Vordergrund, wobei die Mutter sich auf ungefähre Augenhöhe der Kinder begab und sie schützend die Arme um sie schließt. Neben den Gefühlen von Geborgenheit und Zuneigung wird eine romantisierte Form der Geschwisterliebe dargestellt, welche durchweg von positiven Emotionen begleitet wird. Die bewundernden Kommentare des Publikums zeigen, wie erstrebenswert ein solches Verhältnis zu sein scheint, wodurch die Wirkung der perfektionierten Aufnahme zusätzlich verstärkt wird.

Die Kategorie fällt dadurch auf, dass das Verhältnis der Mütter zu ihren Kindern besonders in den Vordergrund gestellt wird und ausnahmslos positive Emotionen abgebildet und reproduziert werden. Zudem handelt es sich in den meisten Fällen nicht um Spontanaufnahmen, sondern um bewusst inszenierte Fotografien. Auf allen Beiträgen dieser Kategorie spielt der Körperkontakt eine bedeutende Rolle, wodurch die Verbindung zwischen den Müttern und ihrer Kinder betont wird. Diese stark romantisierten Inszenierungen von Mutterliebe und Nähe ziehen sich durch alle Beiträge der Gruppierung und werden mittels verschiedener Gesten wie Küsse und Umarmungen transportiert. Um im Folgenden den Bezug zu dem Theorieteil dieser Arbeit herzustellen, ist auf den Gegenstand der Identitätskonstruktion einzugehen (vgl. Kap. 2.2.4). Diese wird zunächst über die positive Selbstdarstellung umgesetzt, wobei sie gleichzeitig als nicht mitteilenswert empfunden wird (vgl. Maleyka 2019, S. 200). Wie anhand der vorliegenden Untersuchung herausgearbeitet wurde, steht das Abbilden der eigenen Person sowie der leiblichen Kinder in dieser Kategorie im Vordergrund und zählt somit zu einem Teil der Identitätskonstruktion. Weiterhin wird an dieser Stelle die Definition der Hinterbühne in der Mediennutzung nach Goffman aufgegriffen, womit er jeden Ort bezeichnet, der nicht im Blickwinkel einer Kamera liegt (vgl. Goffman 2000, S. 110). Insbesondere die inszenierten Aufnahmen für das soziale Netzwerk Instagram liegen demzufolge vollständig in dem Bereich der Vorderbühne, wobei die

Nutzenden ihren Auftritt und die darzustellende Rolle planen und digital nachbearbeiten können. Somit behalten sie die Kontrolle über die Art, wie die eigene Inszenierung in der Öffentlichkeit wirken soll. Abschließend ist zu erwähnen, dass für die Darstellung des Ideals nach Goffman unpassende Handlungen unterlassen werden müssen (vgl. ebd., S. 40). Dies kann speziell für die Abbildung und rollengerechte Inszenierung der Kinder eine Herausforderung darstellen, da sie identisch zu den Müttern auf allen Aufnahmen dieser Kategorie eine positive Ausstrahlung vorweisen.

Werbebeiträge

Die am zweithäufigsten auftretende Kategorie in der vorliegenden Untersuchung ist die der „Werbebeiträge“ mit 28 Bildern. Wie zu Beginn bereits erwähnt wurde, zeichnen sich diese visuellen Daten nicht durch dieselben Motive aus, sondern durch die Werbeaussagen und dem damit verbundenen Ziel, Verkäufe zu generieren. Nichtsdestotrotz bestehen die Aufnahmen fast ausschließlich aus Abbildungen der Mütter und/ oder ihrer Kinder, sodass die Inszenierung der eigenen Person zusätzlich von großer Bedeutung ist.
Die Auswahl des exemplarischen Bildes, welches stellvertretend für die Kategorie untersucht wird, fiel auf einen Beitrag von Karo Kauer, die dafür ihren Sohn sowie das zu bewerbende Produkt abbildete (vgl. Abb. 14).

Abb. 14: Screenshot Karo Kauer
Quelle: www.instagram.com/ karokauer; abger. am 2.8.2019

Die ikonografische Beschreibung des Bildes ergibt einen kleinen Jungen, der erst wenige Monate alt zu sein scheint und auf dem Teppichboden liegt. Die Fotografie wurde dabei aus der Draufsicht aufgenommen, wobei nicht nur der Junge, sondern auch verschiedene weitere Elemente zu erkennen sind. Dazu zählt eine Wimpelkette die den Namen „Noah“ ergibt, eine Babyrassel, eine Sonnenbrille, zwei Kleidungsstücke einer erwachsenen Person, zwei große Wandbilder sowie eine Verpackung an Windeln und Feuchttüchern der Marke „Pampers Pure“ als zu bewerbende Produkte. Der Säugling liegt in der Mitte der Aufnahme zwischen den verschiedenen Utensilien und trägt ein weißes, lockeres Oberteil und eine Windel, während er den Kopf zu seiner rechten Seite neigt und daher im Profil zu sehen ist. Farblich sind die einzelnen Elemente aufeinander abgestimmt, da es sich immer um Nuancen von weiß, dunkelgrün und rosa handelt.

Um im Folgenden auf die Ergebnisse der reflektierenden Interpretation einzugehen, wird zunächst die Struktur des Bildes sowie dessen Wirkung aufgeführt. Dabei ist zu erkennen, dass die Aufnahme durch die Anordnung der Elemente insgesamt unruhig wirkt, auch wenn die Farben aufeinander abgestimmt sind. Insbesondere der helle Teppich mit dunklen, karoförmig angeordneten Linien als Bildhintergrund sorgt für eine Ablenkung von dem Hauptmotiv, welches durch das Kind und die Werbeprodukte dargestellt werden. Zudem sind die farbigen Elemente so angeordnet, dass eine klare Trennung dieser auf den ersten Blick nur schwer ersichtlich wird. Die Auswahl der vorherrschenden Farbe Dunkelgrün steht in Verbindung mit dem zu bewerbenden Produkt, da das Logo der Marke „Pampers Pure“ ebenfalls diesen Farbton enthält. Dadurch entsteht die Assoziation von Natürlichkeit, welche wiederum von dem Säugling in heller und sauberer Kleidung zusätzlich unterstützt wird.

Der nächste Abschnitt thematisiert die formulierende Interpretation der Bildunterschrift sowie verwendeter Hashtags, wodurch sich dieser Beitrag erst zu der Kategorie der Werbebeiträge zuordnen ließ. Der erste Teil der textlichen Äußerungen ist irrelevant, da es sich um eine Beschreibung des Auswahlprozesses eines Urlaubsziels mit mehreren Kindern in der Familie handelt. Erst am Ende erfolgt der Satz, welcher auf eine Werbekampagne schließen lässt: „Ich struggle ja schon bei der Frage wieviele Pampers ich mitnehmen soll, aber das Gute ist ja, dass die Pure Protection Windeln von @pampersde beim dm um die Ecke überall erhältlich sind und ich notfalls vor Ort Nachschub besorgen kann“ (sic!). Um die Bedeutung dieser umgangssprachlichen Aussage zu erklären, kann das Wort „struggle“ aus dem Englischen übersetzt werden und meint damit einen inneren Kampf oder ein Problem, das eine Lösung benötigt. Auch die verwendeten Hashtags sind dem Ziel des Beitrags angepasst und lauten „#werbung“, „#pampers“, „#pamperspure“, „#pampersde“ und „#dm_glueckskind“. Anhand der vorhandenen Informationen über das Bildmotiv sowie die textlichen Attribute ist erkennbar, dass es sich um einen Beitrag handelt, der die abgebildeten Windeln bewerben

soll. Infolgedessen ist das Instagram-Profil der Marke „Pampers“ verlinkt und in den Hashtags markiert, um den Bezug herzustellen. Die reflektierende Interpretation lässt auf einen Versuch schließen, mittels Emotionen und dem Ausschnitt einer persönlichen Geschichte aus dem alltäglichen Leben über die Suche nach einem Urlaubsziel Verkäufe zu generieren.

Die Zielgruppe der Mütter ist dabei klar zu identifizieren, da Karo Kauer bewusst als vermutlich besonders nahbare Figur aus den sozialen Medien für eine potenzielle Käuferschaft ausgewählt wurde. Auch die Verbindung zu der Drogeriekette „DM“ wird durch die Bildunterschrift und den Hashtag betont, wodurch die schnelle und ortsungebundene Beschaffung dieser Windeln in den Vordergrund rückt.

Der Beitrag erhielt 13.349 Likes (Stand: 2.8.2019) sowie 205 Kommentare, die auf dem Screenshot in Abbildung 14 aufgrund der langen Bildunterschrift jedoch nicht zu erkennen sind. Um sie trotzdessen zu berücksichtigen, erfolgt an dieser Stelle ein Überblick zu den häufigsten Aussagen, die unter diesem Bild auftraten. In den meisten Fällen handelt es sich um Komplimente zu der Idee und dem Aufbau der Aufnahme sowie der Positionierung des Kindes. Weiterhin wurden auch Fragen gestellt, woher diverse abgebildete Produkte bezogen werden könnten. Zudem wurde das Thema der Windeln auch in den Kommentaren aufgegriffen, da viele Personen von ihren eigenen Erfahrungen bezüglich der Größen berichten und mitteilen, wie viele Windeln sie für einen Urlaub einplanen und die beworbene Marke loben.

Die Relationierung der Elemente ergibt deutliche Parallelen zwischen Bildinhalt und Bildunterschrift, da das Thema des Beitrags die Windeln sind. Weiterhin steht das Kind im Vordergrund, welches dabei als Protagonist gewählt wurde und als Beispiel fungiert. Die Kommentare bekräftigen die Verkaufsstrategie, indem das vorgegebene Thema aufgegriffen wird und so eine Verbindung zwischen dem Privatleben der Person Karo Kauer und dem Bewerben verschiedener Produkte hergestellt wird. Die Personifizierung und die Emotionalität haben eine Verschleierung des Werbecharakters zur Folge, welcher für Laien möglicherweise nur durch den Hashtag „#werbung“ ersichtlich wird. Zudem verschwimmt die Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre, da der Säugling von seiner Mutter in einem öffentlichen Profil abgebildet und zu Werbezwecken verwendet wird. Insgesamt sind die erwähnten Attribute bei sämtlichen Aufnahmen der Kategorie *Werbebeiträge* aufzufinden, es gibt jedoch Differenzen in den abgebildeten Persönlichkeiten. Teilweise inszenieren sich nur die Mütter, andernfalls werden die Kinder oder eine Kombination aus beiden vermarktet. Hervorgehoben werden kann allerdings, dass immer ein Produkt im Vordergrund steht, welches durch den Bildaufbau und die Bildunterschrift sowie die verwendeten Hashtags in den Fokus gerückt wird. Die Darstellung der eigenen Person und/ oder der Kinder wird dabei

nicht vernachlässigt, sondern mit in die Inszenierung des Produktes integriert oder untergeordnet. An dieser Stelle ist auf die Intimisierung des Öffentlichen hinzuweisen, welche insbesondere in Hinblick auf die Darstellung der Kinder für Werbezwecke auffällt (vgl. Kap. 2.2.2). Durch problematische Zugangsbeschränkungen entsteht zudem eine Bedrohung der Privatsphäre (vgl. Authenrieth 2014, S. 16). Dies ist insbesondere in dieser Kategorie festzuhalten, da Kinder für die Werbebeiträge objektiviert und entsprechend positioniert werden, die untersuchten Profile jedoch ausnahmslos öffentlich einzusehen sind. Somit besteht einerseits kein Schutz der Minderjährigen, andererseits behalten die Eltern trotzdessen die Kontrolle über die Art der Aufnahme sowie dessen Veröffentlichung.

Weiterhin spielt der Faktor des „Storytellings“ eine bedeutende Rolle, dessen Ziel in der Verbreitung von Geschichten hinter den zu vermarktenden Produkte und Firmen besteht (vgl. Lumma et al. 2015, S. 15). Anhand der vorliegenden Untersuchung ist zu erkennen, dass in den dazugehörigen Bildunterschriften der Werbebeiträge vorwiegend persönliche Nuancen und Ausschnitte des eigenen Alltags beschrieben wurden, bevor der Nutzen ausgewählter Produkte vorgestellt wurde. Daraus resultiert die Methode, Werbung mittels emotionaler Geschichten und inszenierter Aufnahmen zu verbreiten, um möglicherweise höhere Erfolgschancen zu erhalten und dem Publikum gegenüber trotzdem authentisch zu wirken. Ähnlich wie in Kapitel 2 beschrieben, handelt es sich hierbei um eine emotionale Inszenierung eines Produktes, wobei diese Methode für einen gesteigerten Verkauf angewendet wird (vgl. Kap. 2).

Kinderaufnahmen

Insgesamt 27 Bilder ließen sich der Kategorie der „Kinderaufnahmen“ zuordnen, da sie ausschließlich Kinder abbilden und keinen spezifischen werbenden Charakter offenbaren. Dabei war es unerheblich, ob es sich um ein oder mehrere Kinder handelte, lediglich erschien kein zugehöriger Elternteil auf den Aufnahmen dieser Gruppe.

Abb. 15: Screenshot Joschy_84
Quelle: www.instagram.com/joschy_84; abger. am 2.8.2019

Die Auswahl auf eine exemplarische Aufnahme, die stellvertretend für diese Kategorie untersucht wurde, fiel deutlich schwerer als in den vorherigen beiden Gruppierungen. Dies lag daran, dass hier die Wort-Bild-Schere am größten ist und die meisten Bilder perfektioniert und romantisiert dargestellt werden. Um jedoch auf die gegenteilige Bewegung aufmerksam zu machen, welche sich durch vereinzelte Mütter auf Instagram entwickelt, wurde ein Beitrag ausgewählt, der sich mit negativen Befindlichkeiten und Gefühlen zu dem Thema Mutterschaft auseinandersetzt. Der Kontrast zwischen den einzelnen Beiträgen könnte an dieser Stelle herausgearbeitet werden, worauf aus Kapazitätsgründen jedoch verzichtet wird. Es handelt sich dabei um eine mögliche Vertiefung des Gegenstandes der vorliegenden Arbeit, welche die Basis für weitere Forschungen darstellen könnten.

Das exemplarische Bild zeigt zwei Mädchen, die vor einer weißen Steinwand sitzen und sich dabei umarmen. Die Aufnahme wurde frontal getätigt, die beiden Kinder schauen jedoch links an der Kameralinse vorbei. Sie tragen Kleidung in der Farbe Rosa, wobei das jüngere Mädchen auf der linken Seite ein langärmeliges Oberteil mit dem Aufdruck eines Rehs sowie einen Tüllrock und eine helle Strumpfhose trägt. Das ältere Mädchen auf der rechten Seite ist mit einem kurzärmeligen Oberteil mit einem Puppenaufdruck und einem gepunkteten Rock und Leggings gekleidet. Beide Kinder sitzen und lächeln, wobei der Bildausschnitt so gewählt wurde, dass ihre Füße nicht zu sehen sind. Insgesamt wirkt die Aufnahme hell und freundlich, was durch den Hintergrund und die ausgewählte Kleidung der Kinder verstärkt wird. Im Kontrast dazu stehen die textlichen Attribute, welche im folgenden Abschnitt dargelegt werden.

Wie ebenfalls in Abbildung 15 zu erkennen ist, beschreibt joschy_84 in der dazugehörigen Bildunterschrift ihre Sorgen und Gefühle und geht darauf ein, dass sie gerne für einen Tag keine Mutter sein würde (vgl. ebd.). Sie nennt Situationen wie beispielsweise das Ausschlafen bis 11:00 Uhr am Mittag, einen ganzen Tag im Bett liegen zu können oder mit ihrem Mann einen Kinofilm zu besuchen, was aufgrund fehlender Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder nicht funktioniert (vgl. ebd.). Weiterhin betont sie, dass sie aufgrund dieser Worte nicht für undankbar gehalten werden möchte, da Gefühle menschlich sind und somit ihr Publikum erkennt, dass auch negative Emotionen wie Traurigkeit oder Sehnsucht zu einer Mutterschaft dazugehören. Die verwendeten Hashtags lauten unter anderem „#geschwisterliebe“, „#fotoshooting“, „#lebenalsmama“, „#alltagmitkindern“ und „#liebe“. Demzufolge lässt sich interpretieren, dass sie zu ihren Kindern steht und ihnen bedingungslose Liebe entgegenbringt, sie allerdings auch ehrlich zu sich und ihrem Umfeld ist und negative Empfindungen eingesteht. Durch die Offenbarung, dass ihr beispielsweise Zeit allein mit ihrem Mann fehlt, widersetzt sie sich dem gesellschaftlichen Druck nach einer perfekten Mutterschaft, in der Frauen sich nicht negativ äußern sollen. Weiterhin erklären die Hashtags, dass es sich bei der Aufnahme um eine professionelle Fotoaufnahme im Rahmen eines Fotoshootings handelt, wodurch es gänzlich inszeniert ist. Außerdem wird somit deutlich, dass es sich bei den beiden Mädchen um Geschwister handelt, was allein anhand des Bildes nur zu vermuten gewesen wäre.

Die Untersuchung der 5.520 Likes (Stand: 2.8.2019) und 318 Kommentare zeigt, dass die Thematik aufgrund der hohen textlichen Interaktion eine hohe Relevanz aufweist, da die bisherigen Kategorien trotz einem wesentlich größeren Publikum durch weniger Kommentare aufgefallen sind. Die Artikulationen zu dem hier untersuchten Beitrag beinhalten vorwiegend Solidaritätsbekundungen, in denen die Nutzenden ähnliche Gefühle teilen und ihre individuellen Geschichten dazu veröffentlichen.

Hier ist hervorzuheben, dass die Kommentare zudem deutlich ausführlicher gehalten sind als in den vorherigen Kategorien und eigene Emotionen öffentlich niedergeschrieben werden. Außerdem wurden gehäuft Angebote unterbreitet, die sich auf die fehlenden Betreuungsmöglichkeiten der Kinder beziehen, um der Partnerschaft Zeit einzuräumen. Demnach erhielt die Nutzerin joschy_84 durch ihren veröffentlichten Beitrag eine hohe emotionale Beteiligung des Publikums sowie eine starke Wertschätzung ihrer Offenheit. Die Relationierung der einzelnen Elemente ergibt einen starken Kontrast zwischen dem Bildmotiv und der dazugehörigen Bildunterschrift, welche thematisch nicht zu der inszenierten Situation der lächelnden Mädchen passt. Vielmehr geht es um die inhaltliche Ebene, welche in diesem Beitrag deutlich tiefgründiger ist als in den vorherigen Kategorien. Die hohe schriftliche Interaktion lässt auf ein relevantes Thema schließen, welches von vielen Müttern auf Instagram nicht behandelt wird und somit kaum existent zu sein scheint. Insbesondere die Kommentare zeigen, dass sich viele Nutzende mehr öffentliche Profile wünschen, die diese Art der Ehrlichkeit ausüben, um den gesellschaftlichen Druck zu reduzieren. Die Mutterschaft wird dahingehend nicht mehr romantisiert und perfektioniert dargestellt, sondern realitätsnah wiedergegeben, was wiederum das starke gesellschaftliche Mutterleitbild aufweicht und Höhen und Tiefen zulässt.

Im Kontrast dazu steht ein großer Anteil der weiteren Beiträge dieser Kategorie, welche zwar ebenfalls lächelnde Kinder abbilden, aber sich textlich nicht auf die hier vorliegende Ebene begeben. Konkret werden dabei ausschließlich positive Gefühle reproduziert und veröffentlicht, wodurch sich die Kommentare auf Anerkennung beschränken. Dabei entstand kein tiefgründiger Diskurs, sondern lediglich die Verbreitung einer idealen, liebevollen Einstellung zu den eigenen Kindern. Es wird deutlich, dass die inszenierten Bilder der Kinder und die Bildunterschriften übermäßig positiv dargestellt werden, sodass eine deutliche Romantisierung der Mutterliebe auffällt. Dabei verschwimmt die Grenze zwischen der freudigen Veröffentlichung des optimalen Verhältnisses zwischen einer Mutter und ihrem Kind und des möglichen prahlerischen Beigeschmackes oder des Wunsches nach Anerkennung und Lob. Hierbei fällt deutlich die romantisierte Inszenierung der eigenen Kinder auf, welche damit dem Wunsch der Mütter nach positiven Resonanzen in Folge der Selbstdarstellung und Abbildung der eigenen Lebenswelt nachkommen (vgl. Kap. 2.2.4).

Nach Authenrieth entsteht dieser Zusammenhang durch das Präsentieren der Bilder und beläuft sich auf Rückmeldungen in Form von Likes und Kommentaren als symbolische Formen sozialer Anerkennung (vgl. Authenrieth 2016, S. 13). Zugleich ist auch anhand dieser Kategorie zu erkennen, dass sich persönliche Öffentlichkeiten durch eine wachsende Bedeutung auszeichnen und Aufnahmen veröffentlicht werden, die ursprünglich lediglich in Fotoalben aufzufinden gewesen wären. Durch den Fortschritt der sozialen Medien haben

sich die Kriterien, welche Inhalte als veröffentlichenswert angesehen werden, maßgeblich verändert und die Grenze zwischen privat und öffentlich aufgeweicht (vgl. Schmidtke et al. 2019, S. 212).

Weiblichkeit

Die nächste Kategorie der „Weiblichkeit“ mit 24 Aufnahmen zeichnet sich dadurch aus, dass die Frauen dabei im Vordergrund stehen und sie ohne ihre Kinder oder andere Personen abgebildet sind. Dabei gibt es verschiedene Formen wie Selbstportraits, Spiegelaufnahmen oder Bilder, die von außenstehenden Personen oder mithilfe eines Selbstauslösers aufgenommen wurden. Zentraler Bestandteil und Voraussetzung für die Zuordnung dieser Kategorie ist die Inszenierung der Frau, welche den Fokus des Bildes darstellt und sich in verschiedenen Arten präsentiert. Dabei wird in den meisten Aufnahmen viel Wert auf eine modische Darstellung und teilweiseauf die Abbildung von teuren Markentaschen gelegt, weiterhin steht jedoch auch Körperlichkeit im Vordergrund. An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass auch zwei Bilder dieser Gruppierung zugeordnet wurden, die sich thematisch mit dem After-Baby-Body befassen, welche im Anschluss detailliert erläutert werden.

Abb. 16: Screenshot Karo Kauer
Quelle: www.instagram.com/karokauer; abger. am 2.8.2019

Das in Abbildung 16 erkennbare Bild wurde für die Kategorie der *Weiblichkeit* ausgewählt, da es mehrere Merkmale dieser vereint und somit exemplarisch untersucht wurde. Dazu zählt unter anderem der nach unten gerichtete Blick, der Bildausschnitt sowie weitere Details, welche im Folgenden näher betrachtet werden.

Die Aufnahme zeigt die Mutter Karo Kauer, die auf einem gepflasterten Platz vor einem Gebäude steht und sich selbst und ihre Kleidung präsentiert. Dabei hält sie ihr schwarzes Kleid mit der linken Hand fest, sodass es im Wind schwingt. Der rechte Arm hängt an der Seite hinunter und befestigt die helle Handtasche, welche sie quer über ihren Körper gespannt trägt. Der Blick ist dabei zu Boden gerichtet, während die Augen durch eine Sonnenbrille verdeckt werden und ein Lächeln im Gesicht zu erkennen ist. Durch den leeren Platz im Hintergrund wird der Fokus des Bildes auf die Frau gelenkt, die in diesem festgehaltenen Moment nicht als Mutter, sondern als weibliche Person abgebildet wurde. Die Farben sind in neutralen Tönen wie Grau, Schwarz und Weiß gehalten, das einzige hervorstechende Detail sind dabei die roten Lippen. Durch den gewählten Motivausschnitt der Ganzkörperaufnahme ist Karo Kauer komplett zu erkennen, wodurch insbesondere ihre Beine in das Zentrum des Bildes rücken. Die freie Fläche im Hintergrund sorgt für eine klare Struktur des Beitrags, zusätzlich wirken die Farben ruhig und lenken nicht von dem Vordergrund ab. Durch das Kleid, welches sich durch die Handbewegung im Wind bewegt und dem Bild eine Dynamik verleiht, wird die feminine Seite von Karo Kauer repräsentiert, wofür auch die spitz zulaufenden Schuhe sowie der rote Lippenstift sorgen. Die Aufnahme wurde aus einer leichten Vogelperspektive getätigt, wodurch das Gesicht und der Oberkörper größer wirken als die Beine, da sie sich weiter von der Kamera entfernt befinden.

Die Bildunterschrift transportiert hingegen ein negatives Gefühl, da die Mutter von ihren zwei Kindern berichtet, die momentan eine schwierige Phase durch Wachstumsschübe hätten (vgl. Abb. 16). Weiterhin berichtet sie, dass sie sich sehr darüber freue, dass ihre Kinder nun schlafen würden und sie liegengebliebene Dinge nacharbeiten könne (vgl. ebd). Direkt unter diesem Beitrag verwendete sie keine Hashtags, dafür veröffentlichte sie eine Vielzahl davon im ersten Kommentar des Bildes, wodurch sie nicht im ersten Moment auffallen. Dabei nutzte sie unter anderem die Schlagworte „#fashion“, „#lookbook“, „#streetstyle“ und „#outfitinspiration“, welche alle dem Thema Mode zugeordnet werden können. Demnach ist zu erkennen, dass es sich dabei um ein Hobby ihrerseits handelt und sie neben vielen Bildern zusammen mit ihren Kindern auch Beiträge der eigenen Weiblichkeit und ihrer Leidenschaft der Mode veröffentlicht. Trotzdem ist bis auf die verwendeten Hashtags keine Parallele zwischen der Bildunterschrift und dem inszenierten Motiv festzustellen, sodass es sich um eine große Wort-Bild-Schere handelt. Die beschriebene Situation ist demnach ein

Bestandteil des realen Lebens, welche die Mutter mit ihrem Publikum teilt, während die Darstellung der eigenen Person anhand des Bildes inszeniert wurde.

Dies lässt sich zusätzlich durch das Interaktionsverhältnis untermauern, da der Beitrag bei 16.343 Likes (Stand: 2.8.2019) nur 240 Kommentare erhielt, was im Vergleich zu einigen Bildern der vorherigen Kategorien nicht viel ist. Auch die Qualität der textlichen Äußerungen ist verhältnismäßig eher niedrig, da es sich vorwiegend um Lob und Anerkennung zu dem Kleid und dem modischen Geschmack handelt. Nur in seltenen Fällen wurde die Bildunterschrift in die Kommentare einbezogen und Ratschläge oder Glückwünsche für eine erholsame Nacht erteilt, sodass es sich insgesamt um eine eher oberflächliche Interaktion handelt.

Auch wurden die Kommentare nicht von der Nutzerin beantwortet, sodass sie kaum relevant zu sein scheinen. Im Vordergrund steht demnach die Schönheit der abgebildeten Person sowie die Zusammenstellung der Kleidung, was anhand der Hashtags auch die zu vermutende Intention des Beitrags war. Insgesamt lässt die Kombination aus perfektioniertem Bild und realer Beschreibung einer alltäglichen Situation auf einen Versuch schließen, nahbar und imperfekt wirken zu wollen. Die Bildunterschrift kann die durchdachte Inszenierung der Weiblichkeit jedoch nicht kompensieren, was wiederum in oberflächlichen Resonanzen des Publikums resultiert. Das routinierte Schema innerhalb der Kommentare aus Anerkennung und Bestätigung für die Optik der abgebildeten Frau verstärkt die Vorbildfunktion und kann in einer optimierten Selbstwahrnehmung von Karo Kauer münden.

An dieser Stelle erfolgt ein Verweis auf die anderen Aufnahmen dieser Kategorie, welche ebenfalls durch die idealisierte Darstellung der Frauen auffallen. Auch dort behandeln die Kommentare lediglich oberflächliche Anmerkungen und positive Resonanzen zu der äußeren Wahrnehmung der jeweiligen Person, obwohl die Bilder teilweise durch digitale Bildbearbeitung verändert und optimiert wurden. Diese Handhabung ist für Laien auf den ersten Blick nur schwer zu erkennen, trotzdem besteht die Möglichkeit für eine öffentlichkeitswirksame Inszenierung der eigenen Person und sorgt dafür, dass die Wahrnehmung des Publikums verzerrt werden könnte (vgl. Kap. 2.2.4). Weiterhin fällt diese Kategorie besonders durch die Darstellung von Schönheit auf, da es heutzutage maßgeblich mediale Deutungsangebote sind, die die Definition von Schönheit sowie richtiges und falsches Schönheitshandeln prägen (vgl. Knop/ Petsch 2010, S. 121). Demzufolge kann eine gehäufte Verbreitung vorherrschender Schönheitsideale zur Reproduktion und Vertiefung dieser beitragen (vgl. Kap. 2.4).

Wie zu Beginn dieser Kategorie angekündigt wurde, erfolgt nun die Darlegung der Ergebnisse bezüglich des After-Baby-Bodys in gekürzter Form. Es handelt sich dabei um einen bedeutenden Teilbereich des Themas Mutterschaft und spielt eine große Rolle für dessen Inszenierung, woraus eine Relevanz für die vorliegende Arbeit sowie die Berücksichtigung in dieser Kategorie resultiert. Zudem wurde die theoretische Rahmung dazu bereits in dem Kapitel der Schönheitsinszenierung im visuellen Medium Instagram (vgl. Kap. 2.4) zu Beginn dieser Arbeit dargelegt.

Abb. 17: Screenshot kleinliebchen
Quelle: www.instagram.com/kleinliebchen; abger. am 2.8.2019

Aus Kapazitätsgründen wird hierbei auf eine ausführliche Untersuchung wie bisher verzichtet, sodass im Folgenden eine zusammenfassende Erläuterung der Analyse dieses Bildes erfolgt. In Abbildung 17 ist eine Gegenüberstellung der Nutzerin kleinliebchen zu erkennen, die zwei Fotografien als Collage zusammengeführt und gegenübergestellt hat. Dazu ist sie auf beiden Seiten bis zu den Oberschenkeln frontal abgebildet, wobei das linke Bild einen flachen und muskulösen Bauch zeigt, während sie ihre Hände in die Hüfte stützt und das Oberteil von ihrem Körper wegzieht. Auf der rechten Seite ist sie mit derselben schlichten Kleidung zu sehen, auch hier liegt der Bauch frei und sie schiebt die lockere Haut zusammen, sodass Falten entstehen. Beide Darstellungen werden komplettiert durch einen Texteinschub, der auf der linken Seite „Mein Afterbabybody" und auf der rechten Seite „Auch mein Afterbabybody" lautet. Die Bildunterschrift besteht aus einem langen Text bezüglich vieler Nachrichten, in denen ihr Publikum sie um ihre Figur und um ihr scheinbar

entspanntes Familienleben ohne Streitigkeiten beneidet (vgl. Abb. 20). Um dem entgegenzuwirken, veröffentlichte kleinliebchen diese Vergleichsaufnahme und schrieb dazu unter anderem, dass sie ebensolche Nachrichten und diesen Eindruck einer perfekten Welt vermeiden wollte (vgl. ebd.).

Außerdem betont sie, dass auch sie negative Situationen wie Streitigkeiten erlebt oder sie sich zeitweise unwohl in ihrem Körper fühlt, sie dies jedoch nicht mit ihrem Publikum teilt. Die Thematik des After-Baby-Bodys wurde somit sinnbildlich gewählt und stellt gleichzeitig eine versteckte Kritik an die Leichtgläubigkeit ihres Publikums dar, da insbesondere kleinliebchen für ihre humorvollen Beiträge zur Thematisierung von Alltagsproblemen als Mutter bekannt ist. Weiterhin propagiert die Nutzerin durch ihr veröffentlichtes Bild eine Normalisierung des Körpers nach einer Schwangerschaft, wodurch er nicht mehr aufgrund Äußerlichkeiten bewertet und kategorisiert werden soll. Sie versucht damit, ein gesundes Maß an Realität anzubringen, obwohl beide Fotos erst nach der Schwangerschaft aufgenommen wurden. Dieser Themenkomplex könnte durchaus tiefgehender untersucht werden, worauf an dieser Stelle jedoch verzichtet wird.

Ein weiteres Zeichen für die hohe Relevanz dieser Thematik ist die Anzahl der Interaktionen, die sich aus 10.756 Likes (Stand: 2.8.2019) und 337 Kommentare zusammensetzt. Dabei handelt es sich um die höchste Anzahl an Kommentaren von allen hier untersuchten exemplarischen Beiträgen, obwohl die Nutzerin anhand der Abonnements über das kleinste Publikum verfügt. Auch die Anzahl der Likes ist verhältnismäßig hoch und zeigt somit, dass der Komplex um After-Baby-Bodys ein gesellschaftlich relevantes und emotional begleitetes Thema darstellt (vgl. Kap. 2.4). Die Besonderheit dabei ist, dass in diesem Kontext Bilder vor und nach der Geburt veröffentlicht, gegenübergestellt und zur Bewertung ausgesetzt werden (vgl. Authenrieth 2018, S. 59). Die exemplarische Aufnahme, die in der vorliegenden Untersuchung ausgewertet wurde, zeigt stattdessen zwei Fotos, die nach der Geburt entstanden sind und verdeutlichen somit das Spektrum der Optimierung, welches mithilfe digitaler Bildbearbeitungsprogramme sowie dem idealen Winkel und Bildausschnitt möglich ist. Es handelt sich dabei um die Darstellung eines bewusst negativ inszenierten Motivs, was als gegenläufige Bewegung zu den ästhetisierten positiven Momenten in individuellen Biografien zu erkennen ist (vgl. Authenrieth 2016, S. 15). Es muss jedoch auch erwähnt werden, dass die Nutzerin trotz dieser negativen Inszenierung dem gängigen Schönheitsideal entspricht und somit fragwürdig ist, ob und inwiefern eine Einordnung in eine Gegenbewegung dessen authentisch ist.

Familienaufnahmen

Die nächste Kategorie der „Familienaufnahmen“ beinhaltet Fotos, auf denen die Vaterfigur in verschiedenen Arten abgebildet ist. Darunter fallen einerseits Paarbilder, auf denen die Mutter mit ihrem Partner zu sehen ist und andererseits Familienfotos, wo der potenzielle Partner, Kinder und Mutter dargestellt wird. Zudem wurden in diese Kategorie auch Bilder eingeordnet, die nur die Vaterfigur und Kinder abbilden, wodurch die Gruppierung komplettiert wird.

Abb. 18: Screenshot carina_koeberl
Quelle: www.instagram.com/carina_koeberl; abger. am 2.8.2019

Die oben gezeigte Abbildung 18 zeigt das stellvertretende Bild, welches für die Kategorie der *Familienaufnahmen* ausgewählt wurde. Insgesamt ist die Anzahl der visuellen Daten hierbei gering, da die Profile der hier untersuchten Mütter nur wenige Fotos ihrer Männer enthalten. Diese Aufnahme wurde aufgrund der der szenischen Anordnung sowie wegen der besonders auffälligen Mimik der beiden erkennbaren Personen für die detailgenaue Betrachtung ausgewählt. Es handelt sich um ein Bild, welches einen jungen Mann in einem dunkelblauen Hemd sowie ein kleines Kind im Alter weniger Monate auf dessen Schultern abbildet. Der Mann trägt dabei eine Sonnenbrille und neigt den

Kopf nach oben in Richtung des Kindes und lacht, während das Kleinkind zu ihm nach unten schaut und dabei lächelt. Der Hintergrund zeigt mehrere Gebäude in einer Fußgängerzone sowie einen Baum, der durch die grüne Farbe für einen starken Kontrast innerhalb des Bildes sorgt. Auch das locker umgeschlagene Hemd des Mannes zählt aufgrund der dunklen Farbe zu den kontrastreichen Elementen des Bildes, wobei auch das kleine Kind auf seinen Schultern eine graue Hose, eine khakifarbene Jacke und weiße Schuhe trägt. Der Bildausschnitt wurde so gewählt, dass die männliche Person bis zu der Höhe des Bauches zu sehen ist, wodurch der Mittelpunkt des Fotos auf die Blicke der beiden abgebildeten Menschen gelenkt wurde. Außerdem ist die Ausrichtung der Aufnahme nicht exakt gerade, wodurch eine Dynamik hergestellt wird. Zudem sorgt der Effekt der Froschperspektive dafür, dass eine aufsehende Wirkung entsteht und Attribute wie Stolz und Selbstvertrauen assoziiert werden können.

Die Bildunterschrift beinhaltet eine Danksagung und positive Worte an den Vater, der in der Aufnahme abgebildet ist und erst anhand des Textes eindeutig als solcher zu erkennen ist. Da es sich um das Profil der Mutter carina_koeberl handelt, hat sie diesen Beitrag veröffentlicht und die Zeilen dazu verfasst. Neben Liebe und Geborgenheit bedankt sie sich außerdem für Verständnis und Sicherheit, die sie von ihrem Partner und Vater des Kindes erfährt (vgl. Abb. 18). Erst am Ende der Bildunterschrift wird deutlich, dass der Text die Sicht des Sohnes wiedergibt, welche die Mutter an seiner Stelle für ihn formuliert hat. Anhand der Hashtags „#happyfathersday“, „#bestdadever“, „#loveofmylife“ wird deutlich, dass das Bild zu einem bestimmten Anlass, dem Vatertag, veröffentlicht wurde. Weiterhin wurden durch die Verwendung der Schlagworte die scheinbar perfekte Beziehung sowie das besonders harmonierende Familienleben zusätzlich inszeniert.

Der Beitrag erhielt 3.394 Likes (Stand: 2.8.2019) und nur 34 Kommentare, was unverhältnismäßig wenig ist im Vergleich zu anderen Kategorien dieser Untersuchung. Auch inhaltlich handelt es sich bei den Kommentaren nur um kurze Bekundungen von Anerkennung wie beispielsweise „So süß“ oder „Wie schön“. Weiterhin werden viele Emoticons in Form von Herzen verwendet, welche ebenfalls als Bestätigung zu deuten sind. Trotz der geringen Anzahl an Kommentaren geht die Urheberin des Beitrags nicht darauf ein und lässt diese unkommentiert, sodass keine weiterführende Kommunikation entsteht. In Anbetracht der ausschließlich positiven Worte fällt auf, dass nur selten beschrieben wird, was genau als „schön“ bezeichnet wird und es sich somit teilweise um diffuse Komplimente handelt, die nicht auf bestimmte Attribute zurückzuführen sind. Zusammenfassend enthält dieses Bild viele Parallelen zu der verwendeten Bildunterschrift, welche die Aussage und Wirkung dessen zusätzlich unterstreicht. Die besondere und harmonierende Beziehung des Vaters und seines Sohnes stehen im Mittelpunkt, zudem vermitteln

die lächelnden Gesichter positive Emotionen wie Freude und Glückseligkeit. Die persönlichen Worte der Bildunterschrift intensivieren diese Wirkung des Bildes und vermitteln dem Publikum eine perfekt funktionierende Familie. Insbesondere in Hinblick auf die geringe Zahl an Interaktionen ist jedoch festzustellen, dass die Darstellung von Vätern mit dessen Kindern in diesem Fall nicht so viel Resonanz erhielt wie andere Beiträge. Möglicherweise könnte es sich dabei auch um den Grund handeln, warum männliche Personen sehr selten auf den ausgewählten Mütter-Profilen auf Instagram auftauchen. Die Inszenierung einer idealen Vaterfigur konnte somit nicht so viele Menschen animieren, das Bild zu kommentieren, wie es bei anderen Kategorien der Fall war. Auch die weiteren Aufnahmen dieser Gruppierung weisen diese Besonderheit auf, wodurch ein Muster festzustellen ist. Die Kommentare behandeln auch dort vorwiegend oberflächliche Themen und bestehen aus kurzen Sätzen, die Anerkennung, Lob und Bestätigung vermitteln. Weiterhin fällt auf, dass Elternschaft hier ausschließlich im Rahmen einer Beziehung zwischen Mann und Frau dargestellt wird (vgl. Heidinger 2010, S. 121). Auch in Bezug auf die Reproduktion von Geschlechterrollen ist anhand der ausgewerteten visuellen Daten zu erkennen, dass die Väterlichkeit stets mit Schutz, Sicherheit und Geborgenheit gleichgesetzt wird, während die Mütterlichkeit mit Fürsorge und Empathie assoziiert wird (vgl. Kap. 2.3). Insgesamt lässt sich zudem eine zunehmende Visualisierung von Familie feststellen, was als eigener Unterprozess der Mediatisierung eingeordnet werden kann (vgl. Authenrieth 2017, S. 140). Das letzte Merkmal, welches sich durch sämtliche Aufnahmen dieser Kategorie zieht, ist die durchgehende Positivierung, wodurch ausschließlich positive Emotionen und idealisierte Bilder veröffentlicht wurden.

Schwangerschaft

Die vorletzte Kategorie „Schwangerschaft“ folgt mit 16 Beiträgen und bildet den Prozess der Schwangerschaft ab. Dabei ist zu erwähnen, dass es sich lediglich um die Nutzerin carina_koeberl handelte, die sich in dem ausgewählten Zeitraum in einer Schwangerschaft befand. Zentraler Bestandteil der visuellen Daten dieser Kategorie ist somit die Abbildung einer schwangeren Person in Form verschiedener Bildausschnitte und Motive, sodass einerseits der gesamte Körper und andererseits nur ausgewählte Bereiche dessen dargestellt wurden.

Abb. 19: Screenshot carina_koeberl
Quelle: www.instagram.com/ carina_koeberl; abger. am 2.8.2019

Die Auswahl fiel auf dieses stellvertretende Bild für die Kategorie, welches in Abbildung 19 zu erkennen ist und der Darstellung des Hauptmotivs entspricht. Insgesamt zeichnen sich sämtliche Aufnahmen durch den Fokus auf den Bauch aus, welcher inszeniert und bewusst in den Vordergrund gestellt wird. Teilweise fotografiert sich die Nutzerin im Spiegel selbst und in anderen Beiträgen wird sie von einer außenstehenden Person fotografiert. Das Kriterium für die Einordnung in diese Kategorie ist der Bezeichnung entsprechend die Abbildung von Schwangerschaft. Im Hintergrund des Bildes ist zu erkennen, dass sich die schwangere Frau an einem hellblauen Pool inmitten einer Ansammlung mehrerer Bäume befindet. Der Vordergrund zeigt carina_koeberl, die im Profil zu sehen ist und einen

orangefarbenen Bikini trägt. Des Weiteren hat sie ihre blonden Haare zu einem Zopf gebunden, mit einem Haarband befestigt und trägt eine dunkle Sonnenbrille. Der Bildausschnitt ist so gewählt, dass ihre Beine nur bis zu den Oberschenkeln zu sehen sind, sodass der Babybauch im Fokus steht. Dabei hat sie ihre linke Hand in die Hüfte gestützt, während die rechte Hand auf dem Bauchansatz aufliegt. Diese bezeichnende Pose ist auf der Mehrheit der Aufnahmen dieser Kategorie ersichtlich, wodurch der Babybauch zusätzlich betont wird. Das Farbschema ist durch den dunklen Hintergrund der Bäume, den hellblauen Pool sowie den grellen Bikini insgesamt sehr kontrastreich und bunt. Es handelt sich um eine statische Aufnahme, die nicht zufällig entstanden ist und somit bewusst für die Inszenierung des Babybauches gewählt wurde. Weiterhin ist die Körperlichkeit ein wichtiger Faktor, da die Protagonistin durch die Kleidungswahl des Bikinis viel Haut zeigt. Durch das Setting der Badelandschaft erhält dieses Detail jedoch nur wenig Beachtung, da das Bild so wie eine legitime und authentische Urlaubsaufnahme wirkt.

Die Bildunterschrift besteht aus einem langen, emotionalen Text bezüglich der bevorstehenden Entbindung und besagt, dass carina_koeberl auch bei ihrem dritten Kind eine verfrühte Geburt vermutet (vgl. Abb. 19). Zudem betont sie, dass sie die verbleibende Zeit mit ihren anderen beiden Kindern intensiv genießen werde und in den folgenden Wochen kein weiterer Urlaub geplant sei (vgl. ebd.). Die verwendeten Hashtags thematisieren die Schwangerschaft und beziehen sich auf sogenannte Qualitätszeit - dabei handelt es sich umgangssprachlich um Zeit, die besonders aufmerksam genutzt und mit engen Vertrauten verbracht wird. Unter anderem verwendete die Nutzerin demnach „#happyday“, „#dickbauchdienstag“, „#pregnant“, „#qualitytime“ und „#pregnancy“, wobei der zweite Hashtag eigens für die Darstellung von Babybäuchen erschaffen wurde. Durch die Verwendung dieser Schlagwörter betont sie ihre Schwangerschaft zusätzlich mittels textlicher Attribute, wodurch die Zielgruppe auf andere schwangere Frauen spezifiziert wird. Weiterhin vermittelt sie ein das Gefühl, ihren Körper zu kennen und ihn hinsichtlich des nahenden Geburtstermines einschätzen zu können.

Zusammenfassend betont sie ihr Wohlbefinden, welches sie mit ihrem Publikum teilt und was sie durch den Hashtag „#happyday“, zu Deutsch glücklicher Tag, hervorhebt. Der Beitrag erhielt 4.869 Likes (Stand: 2.8.2019) und 104 Kommentare, wobei es sich vorwiegend um Komplimente zu der Figur handelte und somit die Körperlichkeit im Vordergrund stand. Insgesamt fielen die textlichen Artikulationen eher kurz aus, sodass meist Wortgruppen wie „Du siehst so schön aus“ oder „Wie hübsch du bist“ kommentiert wurden. Es sind demnach kaum tiefgründige Aussagen oder Fragen auffindbar, sodass die Betrachtung eher oberflächlich ausfällt. Weiterhin fällt auf, dass die Nutzerin fast nie auf Komplimente eingeht und die Kommentare nicht beantwortet, was ebenfalls für eine triviale

Behandlung der Interaktionen spricht. Insgesamt erhält carina_koeberl demnach viele positive Meinungen und Wertschätzungen ihres Bildes und vereinzelte Kommentare zu ihrem aktuellen Stand der Schwangerschaft, thematisch steht jedoch mehr die Körperlichkeit im Vordergrund.

Ebendiese Teilaspekte erhalten in der Relationierung der Elemente dieses Beitrages die größte Bedeutung, da sie den zentralen Schwerpunkt ausmachen. Dabei fügt sich die Bildunterschrift in den Komplex des Motivs ein und wirkt somit unterstützend. Auch die verwendeten Hashtags tragen dazu bei, dass das idealisierte Bild einer Schwangerschaft in die Außenwelt getragen wird und ausschließlich positive Anmerkungen dazu geteilt werden. Es wird dabei kein Gemeinschaftsgefühl vermittelt, sondern die Freude des eigenen Wohlbefindens untermauert. Auch die Anerkennung durch Kommentare passt in dieses Schema, welches durch den Aspekt der abgebildeten Körperlichkeit in Kombination mit der freizügigen Kleidungswahl verstärkt wird. Zudem spielt die Selbstdarstellung, wie in den vorherigen Kategorien auch, eine wichtige Rolle, da die private Lebensweise anhand des sozialen Netzwerkes Instagram idealisiert dargestellt wird (vgl. Kap. 2.2.4). Die positive Resonanz ist somit durchaus erwünscht, wird aber trotzdem nicht erwidert, was für eine eher schwache Bindung zu dem bestehenden Publikum spricht. Auch die kurzen und homogenen Kommentare zeigen, dass es sich nicht um den Austausch von Meinungen bezüglich eines bestimmten Themas handelte, sondern lediglich positive, aber dennoch oberflächliche Anmerkungen zu der Optik sowie der Körperlichkeit der dargestellten Person getätigt wurden.

Auch in Bezug auf die anderen visuellen Daten dieser Kategorie lässt sich dieses Ergebnis bestätigen, da stets der Bauch im Vordergrund steht und die abgebildete Frau in den meisten Fällen Badekleidung trägt oder anderweitig viel Haut zeigt. Weiterhin ist die Positionierung der Hände ein entscheidendes Merkmal, welches ebenfalls fast durchgängig auftrat. Dabei liegt eine Hand auf dem Bauchansatz, während die zweite den Bauch entweder von unten stützt oder seitlich in die Hüfte gelegt wurde. Damit wurde die Schwangerschaft, welche allein anhand des Bauches direkt zu erkennen gewesen wäre, zusätzlich in den Vordergrund gestellt. Anhand dieser Kategorie ist demnach zu erkennen, dass Körper im Mittelpunkt der gesellschaftlichen und individuellen Aufmerksamkeit stehen (vgl. Klein 2010, S. 457). Insbesondere durch die teilweise freizügige Darstellung der Körperlichkeit sowie der Schwangerschaft rückt die Selbstdarstellung und damit verbunden die Inszenierung des eigenen Körpers umso mehr in den Vordergrund, woraus in den meisten Fällen Lob und Anerkennung resultiert (vgl. Kap. 2.4).

Humoristische Aufnahmen

Die letzte Kategorie „Humoristische Aufnahmen“ beinhaltet ebenfalls 16 Bilder, die ein Motiv oder Sachverhalt durch verschiedene Grafikelemente sowie verwendete Textattribute humorvoll, sarkastisch oder ironisch darstellen. Demnach war die Metaebene für diese Kategorie besonders wichtig, um sie dementsprechend einzusortieren. Fast jede Aufnahme zeichnet sich durch die Verwendung von Wortgruppen aus, welche die abgebildete Situation näher erläutern und somit Verständnis und ein Gemeinschaftsgefühl herstellen. Insbesondere die Nutzerin kleinliebchen ist dafür bekannt, Gegenüberstellungen und humorvolle Beiträge zu veröffentlichen, weswegen die meisten visuellen Daten dieser Kategorie von ihr stammen.

Abb. 20: Screenshot kleinliebchen
Quelle: www.instagram.com/kleinliebchen; abger. am 2.8.2019

Die ausgewählte Aufnahme, die stellvertretend für diese Kategorie untersucht wurde, ist in Abbildung 20 zu erkennen und fällt vorwiegend durch die Unterteilung in mehrere Bildbereiche auf. Diese Vorgehensweise ist von der Nutzerin bekannt und impliziert eine Gegenüberstellung der Sichtweise ihres Mannes und dem realen Zustand, der tatsächlich vorherrscht (vgl. Abb. 20).

Wie bereits erwähnt wurde, ist das Bild gestalterisch in mehrere Bereiche unterteilt und enthält zudem verschiedene kleinere Fotos, die in Form einer Collage auf der rechten Seite neben der Hauptaufnahme angeordnet wurden. Das linke Bild zeigt die Mutter kleinliebchen sitzend auf einem Sofa, während sie sich selbst von der linken, oberen Ecke mit einer Hand fotografiert. Dazu hat sie den Blick in die Kamera gerichtet und deutet an, einen Keks zu essen, während ein Tablet auf ihrem Schoß liegt und ihre braunen Haare zu einem Dutt zusammengebunden sind. Über diesem Bildbereich steht in schwarzen Buchstaben „Was mein Mann denkt“, im Hintergrund ist zusätzlich ein Stillkissen zu erkennen. Auf der rechten Seite wurden vier Aufnahmen zusammengestellt, auf denen die Unordnung von Spielzeug, eine Ansammlung eines Wäscheberges, ein umgekippter Blumentopf mit verteilter Blumenerde sowie eine Spüle voller abzuwaschendem Geschirr zu sehen sind.

Darüber ist der schwarze Text „Wie es wirklich ist“ platziert, sodass eine Gegenüberstellung zweier Situationen erfolgte. In der unteren Mitte beider Bereiche befindet sich zudem der Hashtag „#lebenalshausfrau“ in weißen Buchstaben, der mit einem pinkfarbenen Hintergrund unterlegt wurde. Insgesamt wirkt die Aufnahme durch die vielen einzelnen Elemente und verwendete Farben unruhig und unstrukturiert, was durch die Einzelbilder auf der rechten Seite zusätzlich intensiviert wurde. Weiterhin fällt auf, dass die Farbe Pink deutlich in den Vordergrund tritt und nicht nur das locker sitzende Oberteil von kleinliebchen diesem Ton zuzuordnen ist, sondern auch das Tablet auf ihrem Schoß sowie verschiedene Elemente wie Kinderspielzeug, Kleidungsstücke und der Hintergrund des Hashtags am unteren Bildrand. Weiterhin sorgt der hohe Kontrast für eine szenische Untermalung des chaotischen Zustandes auf der rechten Bildseite, sodass die Wirkung der einzelnen Teilaufnahmen verstärkt wird. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es sich um eine humorvolle Gegenüberstellung handelt, welche in der Textebene der im nächsten Schritt näher erläutert wird.

Die Bildunterschrift geht genauer auf die Darstellung der Bildmotive ein und veranschaulicht die humorvolle Aussage des Beitrags. Wie in Abbildung 20 zu erkennen ist, beschreibt kleinliebchen dabei ihren Alltag als Mutter, die sich täglich um die Hausarbeit kümmert im Vergleich zu der Sichtweise ihres Mannes, der tagsüber erwerbstätig ist (vgl. Abb. 20). Sie formuliert weiterhin, dass er sie vor seinem Urlaub gefragt habe, wie sie sich den ganzen Tag beschäftige, wohingegen er danach genau wusste, welche Tätigkeiten im Haushalt mit mehreren Kindern anfallen (vgl. ebd.). Weiterhin verwendete sie verschiedene Hashtags, um den Unterschied zusätzlich herauszuarbeiten. Dabei nutze sie unter anderem „#instavsreality“, „#fürmehrrealitätaufinstagram“, „#momtruth“, „#motherhood-unplugged“ und „#lebenmitmann“. Dadurch wird deutlich, dass es sich bei dem Beitrag um eine realitätsnahe Darstellung des Mutteralltags handeln soll, welcher mit der Denkweise und Vorstellung des

Mannes verglichen wurde. Die Bedeutung ebendieser Hashtags kann somit als Kritik verstanden werden, die sich unter anderem an das visuelle Medium Instagram richtet, welches besonders durch perfektionierte Aufnahmen auffällt. Insbesondere die Wortgruppe „#fürmehrrealitätaufinstagram“ wird dabei von Menschen genutzt, die das Gegenteil von inszenierten Beiträgen teilen und sehen möchten.

Trotzdem kann es auch hier zu einer verzerrten Wahrnehmung kommen, wodurch gewisse Handlungsabläufe einer Rolle zur Normalität werden und damit auch die propagierte Realität geschönt und romantisiert dargestellt wird (vgl. Kap. 2.1).

Mit 7045 Likes (Stand: 2.8.2019) und 317 Kommentaren handelt es sich bei diesem Beitrag um eine Aufnahme mit hoher interaktiver Beteiligung des Publikums. Die textlichen Attribute beziehen sich überwiegend auf den Umstand, dass die Frauen ähnliche Erfahrungen mit ihren eigenen Männern gemacht haben und sie sich daher in die Situation von kleinliebchen hineinversetzen können. Außerdem bestanden viele Kommentare einzig aus der Verlinkung anderer Personen mit Erwähnung eines lachenden Emoticons, wodurch eine hohe Interaktivitätsrate erzeugt wurde. Weiterhin wird die Mutter in ihren Worten bekräftigt und erhält durch fast alle Kommentare positive Resonanz und Anerkennung für ihre Ehrlichkeit.

Weiterhin kann festgehalten werden, dass es sich bei dem Beitrag um eine übertrieben dargestellte Form des Vergleiches handelt, der auf Kosten des Mannes ausgeführt wurde. Dabei spielen die vorherrschenden Geschlechterrollen und die indirekt aufgegriffene Thematik um Erwerbstätigkeit in der Elternschaft eine essenzielle Rolle, da die Mutterschaft in diesem Fall von dem berufstätigen Mann zunächst nicht erkannt und wertgeschätzt wurde (vgl. Kap. 2.3). Laut Bildunterschrift benötigte es erst einige freie Tage, die der Mann zu Hause verbringen musste, um zu erkennen, welche Aufgaben und Situationen einer Mutter begegnen. Auch der auf dem Bild verwendete Hashtag „#lebenalshausfrau“ bestätigt den Zwiespalt zwischen erwerbstätigen Männern und Frauen, die sich zu Hause um Kinder kümmern. Damit wird ein traditionelle Rollenverständnis reproduziert und durch den Humor relativiert, was auch an den positiven Reaktionen zu erkennen ist.
Durch die humoristische Darstellung des Sachverhaltes entstand eine große Welle an Sympathie und Bestätigung, welche anhand der Kommentare deutlich zu erkennen ist. Somit handelt es sich dabei nicht um eine Ausnahme, sondern scheint ein weit verbreiteter Konflikt zu sein.

Auch die anderen visuellen Daten dieser Kategorie befassen sich thematisch mit gesellschaftskritischen Aspekten der Mutterschaft, wobei deutlich wird, dass die hohe Interaktion mit dem Publikum auf sämtliche Bilder zutrifft. Dementsprechend ist zu schlussfolgern, dass es sich bei den angesprochenen Problematiken um relevante Themen

handelt, die von vielen Nutzenden aufgegriffen werden und ein Gemeinschaftsgefühl entstehen lassen. Die Inszenierung der eigenen Person erfolgt somit nicht durch die idealisierte Darstellung der privaten Lebensweise, sondern durch das Gegenteil - die Hervorhebung von Missständen und Schwierigkeiten in der Mutterschaft. Insbesondere in Hinblick auf die Theorie nach Goffman erfolgt hierbei ein Wechsel von Hinterbühne zu der Vorderbühne, da die abgebildeten Bereiche ursprünglich nicht öffentlich dargestellt wurden. Erst durch das fotografische Festhalten und Veröffentlichen dieser Bilder werden auch die unordentlichen Umgebungen zu einer Vorderbühne, wodurch sie sich der darzustellenden Rolle unterordnen und somit einen Teil der Inszenierung darstellen (vgl. Kap. 2.1). Des Weiteren wurde in vielen Aufnahmen dieser Kategorie die Thematik um Geschlechterrollen im Familienalltag aufgegriffen, die stets humorvoll wiedergegeben wurden. Dabei lag der Fokus auf der ironischen Darstellung des Lebens als Hausfrau im Vergleich zu der Sichtweise des erwerbstätigen Ehemannes, wodurch bewusst oder unbewusst gängige Geschlechterrollen reproduziert wurden (vgl. Kap. 2.3).

4.2 Zusammenfassung der Ergebnisse

Das folgende Unterkapitel fasst die Ergebnisse der oben dargelegten Untersuchung zusammen und bezieht sie auf die vorliegende Forschungsfrage, wie Mütter sich selbst und ihre Familien auf Instagram inszenieren und welche Muster dabei zu erkennen sind. Durch die Auswertung verschiedener Aufnahmen, die stellvertretend für jede Kategorie analysiert wurden, entstand ein stichprobenartiger Einblick in die Selbstdarstellung ausgewählter Mütter in dem visuellen Medium Instagram. Dabei fielen wiederkehrende Merkmale der Inszenierung auf, welche im Folgenden als Muster bezeichnet werden. Zunächst ist dabei die hohe Qualität anzumerken, durch die sämtliche Aufnahmen auffielen, sodass kein Bildrauschen oder unscharfe Fotos veröffentlicht wurden. Zudem wurde auf eine gleichmäßige Ausleuchtung geachtet, sodass keine ungewollten Schatten auftraten und das Licht hell genug war, um das Motiv optimal hervorzuheben. Ausnahmslos alle Aufnahmen bildeten Menschen ab, wobei die zu inszenierenden Personen stets im Vordergrund des Bildes standen. Weiterhin ist das Muster der Positivität aufzuzeigen, da die Mimik der Familienmitglieder durch Lachen und Lächeln immer betont positiv dargestellt wurde.

Dieses Merkmal ist auch in Bezug auf die Bildunterschriften aufgetreten, da diese in den meisten Fällen von positiven Worten und Liebesbekundungen gefüllt wurden. Lediglich in der Minderheit der Beiträge wurden kritische Texte zu gesellschaftlich relevanten Themen im Bereich Mutterschaft veröffentlicht, wobei insbesondere gängige Schönheitsideale sowie

Geschlechterrollen kritisch hinterfragt und humorvoll aufgegriffen wurden. Gleichzeitig erhielten ebendiese genannten Beiträge mitunter die höchsten Interaktionen in Form von Likes und Kommentaren, was die Bedeutung dieser Aspekte hervorhebt. Die Darstellung von Weiblichkeit hingegen fiel durch Themenschwerpunkte wie Mode und Körperpflege auf, die Resonanz dessen zeigte sich dahingehend in lobenden, aber kurzen Kommentaren. Die Werbebeiträge fielen durch eine hohe Ästhetisierung auf, wobei die Körperlichkeit und Darstellung der eigenen Person neben der Produktpräsentation im Vordergrund standen. Der Fokus auf die Inszenierung des eigenen Körpers fiel durchweg in sämtlichen Kategorien auf, welche die Mütter abbilden, und steigerte sich in Form von Freizügigkeit. Dabei handelte es sich nicht um anzügliche Aufnahmen, sondern um ästhetische Darstellungen des eigenen Körpers, wobei die Authentizität dieser aufgrund von Bildbearbeitungsprogrammen und gezielter Bildeinstellungen in Frage zu stellen ist.

Weiterhin ist die nicht anonymisierte Veröffentlichung der Kinder ein Muster, welches sich durch sämtliche Aufnahmen zieht. Dabei ist es unerheblich, welcher Kategorie die Bilder zugewiesen wurden, denn alle hier berücksichtigten Mütter haben Fotografien ihre Kinder, darunter teilweise Nahaufnahmen, veröffentlicht. Das letzte Muster ist die Abbildung von Zärtlichkeit und Nähe, welche insbesondere in den Kategorien der Mutter-Kind-Aufnahmen sowie der Familienaufnahmen auffällt. Wie bereits erwähnt, handelt es sich ausschließlich um positive Aufnahmen mit lächelnden Gesichtern, doch auch die körperliche Nähe zu den anderen abgebildeten Familienmitgliedern ist wesentlich. Der Körperkontakt in Form von Umarmungen, Berührungen oder Küssen ist essentiell für die vorliegende Untersuchung, da dieses Muster stark verbreitet ist und die beabsichtigte Symbolik der heilen Familie im Großteil der Aufnahmen unterstützt. Anhand der vorliegenden Analyse wird weiterhin deutlich, dass Mutterschaft in dem visuellen Medium Instagram vorwiegend positiv verknüpft ist und dementsprechend ausgestaltet und dargestellt wird. Die Aufnahmen werden gemäß der eigenen Vorstellung idealisiert und mittels Bildbearbeitungsprogrammen optimiert, sodass die Bilder nicht mehr die Realität, sondern eine romantisierte Wirklichkeit abbilden.

> „Der performative Charakter von Selbstinszenierungen offenbart sich auch in den Praktiken der Selbstpräsentation. Hier geht es den Netzakteurinnen um das visuelle Sichtbarmachen und Zurschaustellen des eigenen Ichs, wobei das Positive hervorgehoben und das Negative weitgehend ausgeblendet wird“ (Carstensen et al. 2014, S. 105).

Dementsprechend kann auch in Bezug auf die erfolgte Untersuchung abgeleitet werden, dass sich die Inszenierung von Mutterschaft nicht nur auf die eigene Person begrenzt, sondern auch die verschiedenen Lebensbereiche wie Familie und Alltag abgebildet werden. Insbesondere die Darstellung von Verbundenheit und Zuneigung spielt dabei eine wichtige Rolle und ist neben der Inszenierung der eigenen Person das stärkste Muster. Trotzdem

kann in Hinblick auf die Identitätstheorie nach Goffman festgehalten werden, dass es Menschen oftmals gelingt, einen falschen Eindruck hervorzurufen, ohne dabei gelogen zu haben (vgl. Goffman 2000, S. 58). Diese Möglichkeit besteht auch im vorliegenden Fall der idealisierten Darstellung der Mutterschaft und des damit verbundenen Familienalltags, denn die ausgewählten Mütter können ihre Rolle durch die Möglichkeiten des sozialen Mediums Instagram zunächst ausprobieren und je nach Resonanz des Publikums in eine gewünschte Richtung verändern. Zudem erweitern sich durch die Digitalisierung und die Verwendung sozialer Netzwerke die Spielräume für ästhetische Selbst- und Körperrepräsentationen (vgl. Reißmann 2014, S. 100), was anhand der vorliegenden Untersuchung deutlich zu erkennen ist.

Auch die Reproduktion traditioneller Geschlechterrollen ist ein Teilaspekt, der in der vorliegenden Untersuchung aufgefallen ist. Dabei wurden der Familienstand, in diesen Fällen entweder „verlobt“ oder „verheiratet“, von der Mehrzahl der Mütter in die Profilbeschreibung aufgenommen. Zudem wiesen visuelle oder textliche Attribute darauf hin, dass die Frauen sich um die Kinder kümmerten und aus diesem Grund nicht erwerbstätig sein konnten oder der berufstätige Mann die Hausarbeit und das Hüten der Kinder nicht wertschätzte. Diese Ergebnisse zeigen, dass traditionelle Geschlechterrollen auch auf Instagram präsent sind und kommuniziert werden, wobei anhand der Reaktionen des evaluierenden Publikums ausschließlich positive Rückmeldungen und ähnliche Erfahrungen resultierten.

5. Fazit und Ausblick

Nachdem die Untersuchung der Inszenierung von Mutterschaft und eine Zusammenfassung der beschreibenden und interpretativen Ergebnisse erfolgte, beginnt hier der abschließende Teil der Arbeit in Form des Fazits sowie eines Ausblicks. Die Auswertung wird in Hinblick auf die zentrale Fragestellung durchgeführt, wie Mütter sich selbst und ihre Familien in den sozialen Medien am Beispiel von Instagram inszenieren und welche Muster dabei zu erkennen sind.

Unter Betrachtung der vorliegenden Resultate einer stichprobenartigen Analyse ausgewählter Frauen ist festzustellen, dass anhand der veröffentlichten visuellen Daten wiederkehrende Merkmale aufgefallen sind. Dabei stand zunächst die Selbstdarstellung der Mütter als veröffentlichende Personen im Vordergrund, da sie auf den Bildern vorwiegend als Hauptmotiv abgebildet waren. Weiterhin wurde die Mutterschaft bei vier von fünf untersuchten Frauen bereits in ihrer Profilbeschreibung von Instagram erwähnt. Ebenso

wurde der Familienstand in drei von fünf Fällen genannt und auffällig im oberen Bereich platziert, wobei es sich zudem ausschließlich um Hervorhebungen des Status „Ehefrau“ oder „Verlobte“ handelte. Daraus resultiert eine Positionierung innerhalb des traditionellen Familienbildes, welches nicht aufgebrochen, sondern reproduziert wird.

Daran anknüpfend konnte herausgearbeitet werden, dass die Abbildung der eigenen Kinder innerhalb der visuellen Daten neben der Darstellung des Selbst eine bedeutende Rolle spielt. Dabei liegt der Fokus insbesondere auf der Inszenierung des guten Verhältnisses zwischen Mutter und Kind, da die Attribute wie Nähe und Zuneigung in Form von Körper- und Blickkontakt sowie Berührungen ein häufig auftretendes Motiv darstellten. Auch der szenische Aufbau der Bilder mit einer optimalen Anordnung und idealen Ausleuchtung der Elemente lässt auf eine bewusste Inszenierung anstatt auf Spontanaufnahmen schließen, was sich auch in der hohen Qualität der Fotos äußert. Die Resultate sind als inszenierte Wirklichkeiten zu betrachten, wobei auch die besonders positiven Gesichtsausdrücke sowie die optisch ansprechenden Hintergründe eine Form der Idealisierung darstellen. Zugleich handelt es sich bei der Darstellung von Familie und insbesondere der Abbildung von Partnern und Vaterfiguren um ein in dieser Untersuchung selten auftretendes Merkmal, das vorwiegend in Verbindung mit einem diskursiven Ereignis wie beispielsweise dem Vatertag steht. Des Weiteren erhielten Beiträge dieser Art eine geringere Wertschätzung des Publikums durch Likes und Kommentare, als es bei Abbildungen der Mütter allein mit ihren Kindern der Fall war.

Im Kontrast dazu steht die humorvolle und provokante Darstellung verschiedener Aspekte des Familienlebens, wie die Nutzerin *kleinliebchen* sie veröffentlichte. Dabei nutzte sie verschiedene Grafiken für Gegenüberstellungen, welche sich insbesondere auf die eigene Sichtweise als Hausfrau und die des erwerbstätigen Ehemanns in Bezug auf ausgewählte Situationen beziehen. Weiterhin thematisiert sie persönliche Standpunkte insbesondere in Hinblick auf Geschlechterrollen und arbeitet dabei gesellschaftskritische Vergleiche heraus. Durch die Hervorhebung ihres traditionellen Familienbildes und damit einhergehende Vorurteile sowie die humorvolle Aufarbeitung dessen findet auch hier eine Reproduktion der Geschlechterrollen statt. Dabei handelt es sich jedoch nicht um die idealisierte Darstellung von Mutterschaft, stattdessen liegt die Betonung auf einer realitätsnahen Abbildung der Wirklichkeit in Kombination mit einer Übertreibung dessen.
Der Fokus liegt dabei auf einer möglichst hohen Kontrastierung zwischen Vorstellung und Realität des Familienlebens, wobei diese Form der Inszenierung in einer deutlich stärkeren Interaktion des Publikums durch Likes und insbesondere Kommentare resultiert. Besonders unter Betrachtung der Werbebeiträge ist die Anzahl der Interaktionen des Publikums relevant, da es sich somit nicht ausschließlich um eine intrinsische Motivation handelt,

möglichst viel Anerkennung zu erhalten, sondern Verkaufszahlen einzuhalten sind. Dahingehend fielen deutlich intensivierte Merkmale der Inszenierung von Mutterschaft auf, da auch hier sowohl die Abbildung von Kindern als auch die von Körperlichkeit zu den wesentlichen Motiven gehört.

Insgesamt ist somit festzuhalten, dass sich Mütter in dem sozialen Netzwerk Instagram vorwiegend idealisiert darstellen und sie die Bindung zwischen ihnen und ihren Kindern anhand ästhetisierter Fotos veröffentlichen. Dabei ist auch die visuelle Optimierung der darzustellenden Rolle von Bedeutung, da verschiedene Hilfsmittel wie beispielsweise digitale Bildbearbeitungsprogramme oder gezielt gewählte Bildausschnitte für eine geschönte Darstellung sorgen. Zusammenfassend betrachtet inszenieren sich Mütter in den sozialen Medien am Beispiel von Instagram vorwiegend durch die idealisierte Darstellung der eigenen Person in Kombination mit der Abbildung eigener Kinder. Dabei steht die optimierte Form der eigenen Lebensweise im Vordergrund, da nur in seltenen Fällen negative Emotionen veröffentlicht wurden. Weiterhin werden gängige Schönheitsideale durch die Betonung von Körperlichkeit reproduziert, wobei insbesondere eine Wiederherstellung des schlanken Körpers nach einer Schwangerschaft angestrebt wird. Im Gegensatz dazu wird Mutterschaft jedoch auch realistisch abgebildet, jedoch in geringerem Maße und durch Mütter mit einer niedrigeren Reichweite auf Instagram. Hierbei steht die Darstellung der Realität im Fokus, welche allerdings auch in übertriebener Weise inszeniert wird. Somit mündet die Inszenierung von Mutterschaft in dem sozialen Netzwerk Instagram in zwei gegensätzlichen Richtungen, die einerseits eine perfektionierte Abbildung und andererseits eine überspitzt realistische Form dessen darstellen.

Die wiederkehrenden Muster der Inszenierung von Mutterschaft und Familie belaufen sich vordergründig auf die Abbildung von Harmonie und Körperlichkeit. Auch die gehäufte Veröffentlichung von Selbstportraits sowie die Betonung der körperlichen Nähe zwischen den abgebildeten Personen zählen dazu, wie auch die teilweise freizügige Darstellung der Frauen. Zudem kann festgehalten werden, dass neben den gewählten Motiven auch die Anordnung und Bearbeitung der Aufnahmen Muster in Form von ästhetischen und schlichten Hintergründen, einer guten Ausleuchtung durch natürliches Licht sowie einer hohen Bildqualität aufweist. Im Folgenden gilt es darzulegen, inwiefern die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit für eine weiterführende Untersuchung der Thematik um Inszenierung von Mutterschaft in den sozialen Medien genutzt werden könnten. Zunächst kann dabei die Fragestellung aufgegriffen werden, welche Bedeutung die verschiedenen Muster für die Mütter haben und wie sie selbst mit der Inszenierung des alltäglichen Lebens umgehen. Weiterhin könnte das Publikum ebendieser Mütter befragt werden, inwiefern sie sich von der Inszenierung von Mutterschaft beeinflussen lassen und welche Emotionen dabei freigesetzt werden.

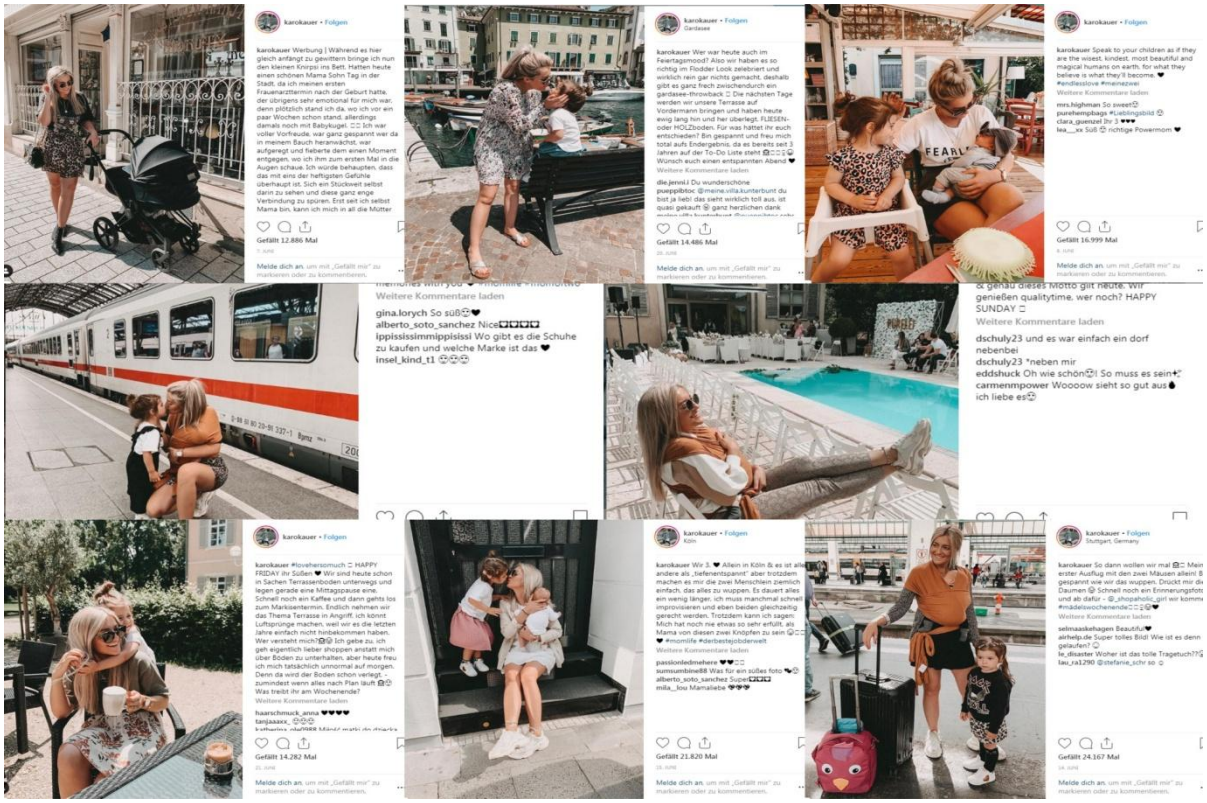
Speziell könnte eruiert werden, ob es sich ausschließlich um eine Vorbildfunktion handelt, die motivierende und inspirierende Impulse gibt oder ob damit möglicherweise auch negative Gedanken in Bezug auf Vergleiche, inneren Druck und Minderwertigkeit einhergehen. Insbesondere die rein positiv dargestellte Lebenswelt könnte ein falsches Bild der Realität erwecken, da möglicherweise nicht jede Person des Publikums die Inszenierung dahinter erkennt.

Zudem fungieren die sozialen Medien durch den Ausdruck virtueller Bestätigung in Form von Likes und Kommentaren wie ein Belohnungssystem, was weiterhin in einer Abhängigkeit resultieren könnte. Auch dieser Aspekt könnte untersucht und in Hinblick auf die Vermarktung der eigenen Kinder für eine idealisierte Darstellung der eigenen Person und des Familienkreises aufgearbeitet werden. Dazu wäre eine quantitative Forschung im Rahmen von Interviews spannend, in denen beispielweise die in der vorliegenden Untersuchung ausgewählten Mütter über eigene Erfahrungen und Ansichten bezüglich Öffentlichkeit und Privatsphäre sprechen und die eigene Handlungsweise möglicherweise kritisch bewerten können.

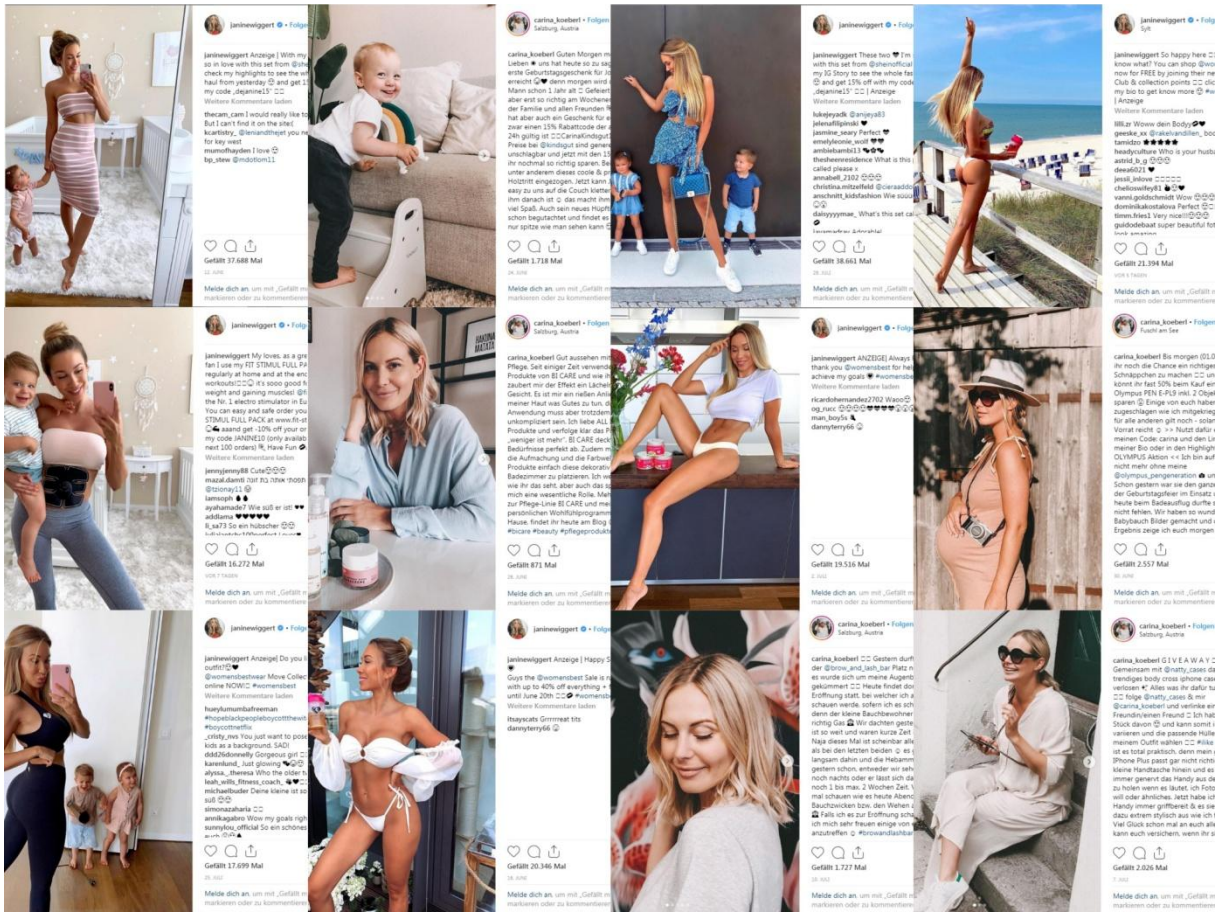
Abschließend ist festzuhalten, dass die analysierten visuellen Daten durch einen hohen reflexiven Gehalt auffallen und somit eine Orientierung für das Publikum darstellen können. Die verschiedenen Kategorien der Aufnahmen weisen ähnliche Merkmale und wiederkehrende Muster der Inszenierung von Mutterschaft auf, welche sich einerseits in Motiven und andererseits in der Bildgestaltung artikulieren. Dabei steht die Idealisierung der Realität im Vordergrund, die mithilfe ausgewählter Elemente wie Bildausschnitte, Perspektiven und durch Nachbearbeitungen zu der gewollten Darstellung der Rolle abgeändert wird. Auch die bewusste Inszenierung der Realität weist ebendiese Merkmale auf, sodass auch hier von einer implizierten Darstellung in Form einer hohen Kontrastierung gesprochen werden kann. Demzufolge stehen die Abbildung des Selbst und der eigenen Kinder im Zentrum der Beiträge der ausgewählten Mütter, die ihr Familienleben in dem sozialen Netzwerk Instagram veröffentlichen, wobei fast ausschließlich positive und harmonievolle Bilder geteilt werden. Aus diesem Grund kann eine verzerrte und idealisierte Darstellung der Wirklichkeit in Bezug auf die Darstellung von Mutterschaft attestiert werden, die durch einige Ausnahmen in Form von ehrlichen Bildunterschriften und humorvollen Vergleichsgrafiken unterbrochen wird. Beiträge dieser Art treten mittlerweile gehäuft auf, weil sie einerseits erfolgsversprechend sind, was anhand der vorliegenden Untersuchung belegt werden konnte. Andererseits geht damit ein hohes Maß an Authentizität und Realität einher, was in den sozialen Medien aktuell sehr gefragt zu sein scheint und einen starken Kontrast zu den bisherigen Abbildungen von Perfektion und Idealismus darstellt.

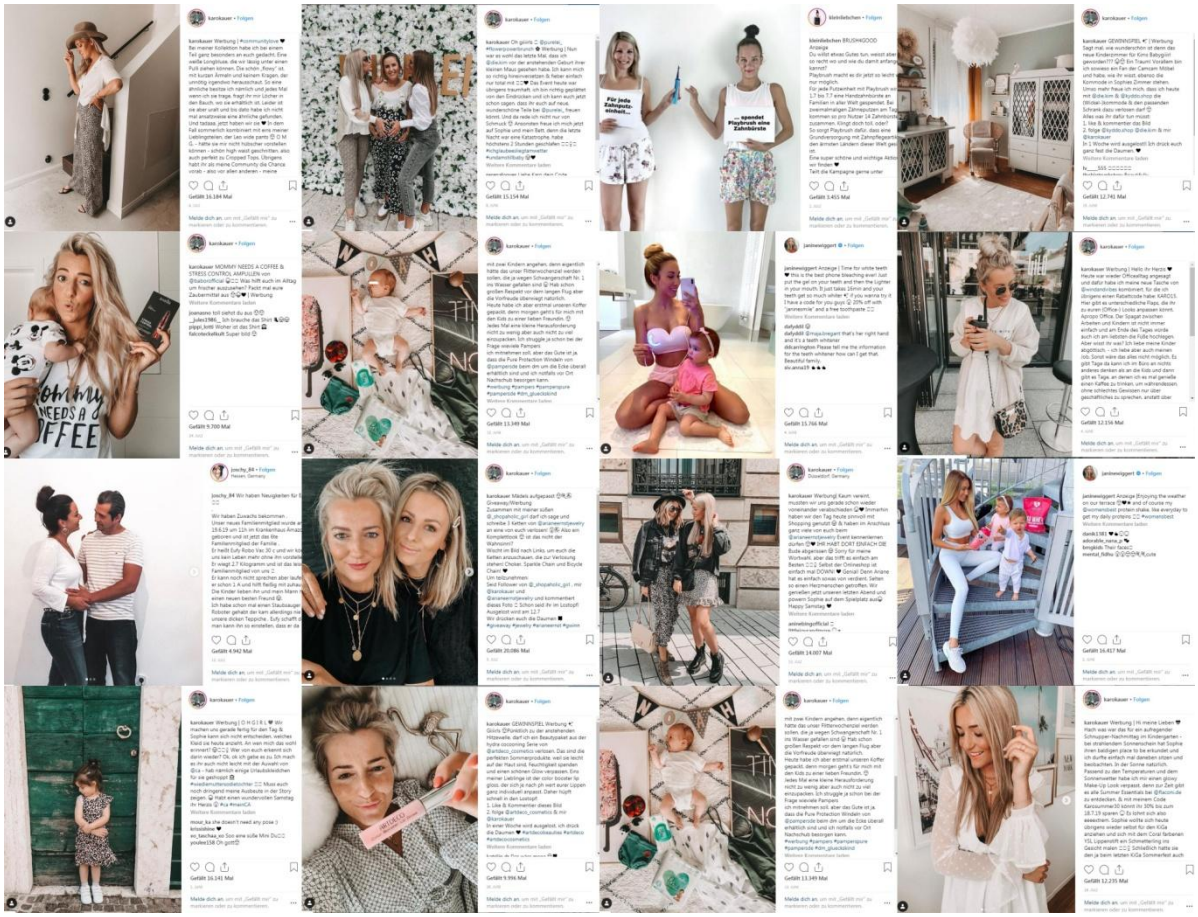
II Übersicht des Bildmaterials

Mutter-Kind-Aufnahmen



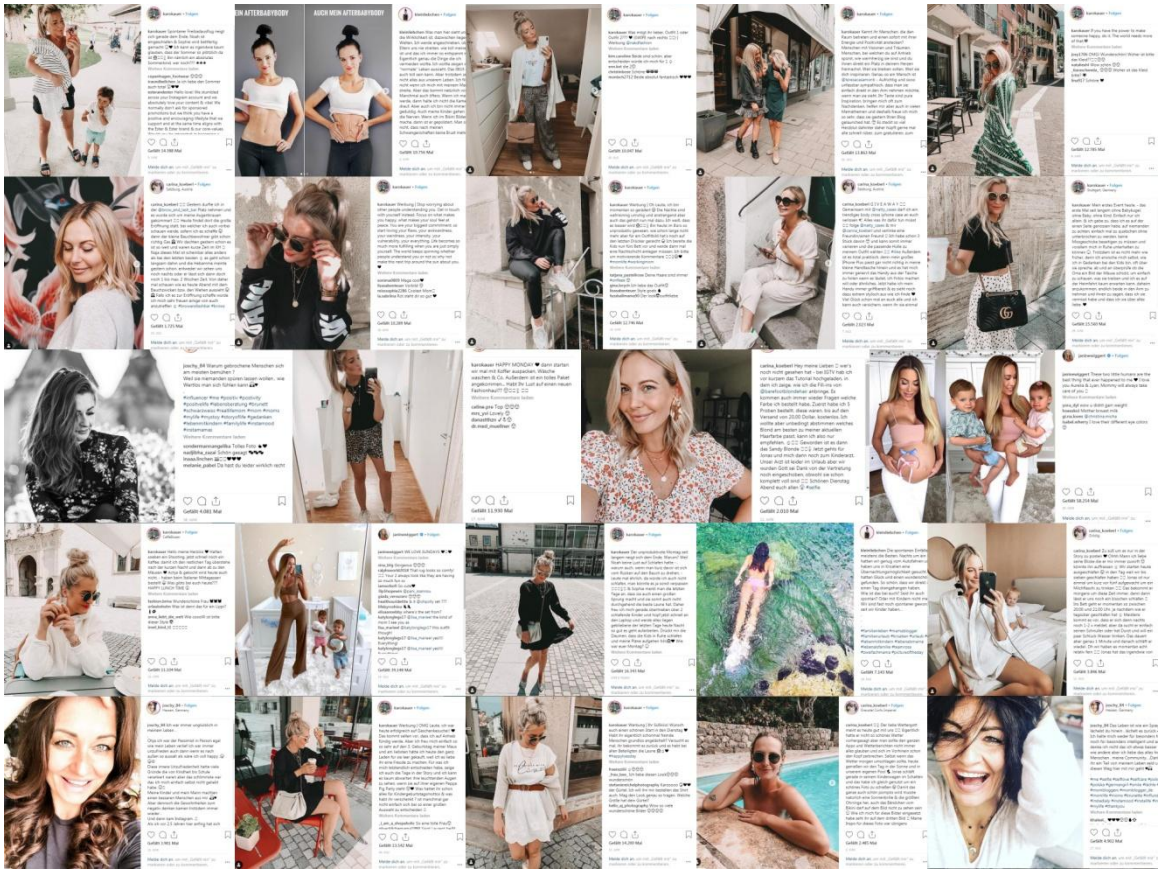
Werbebeiträge





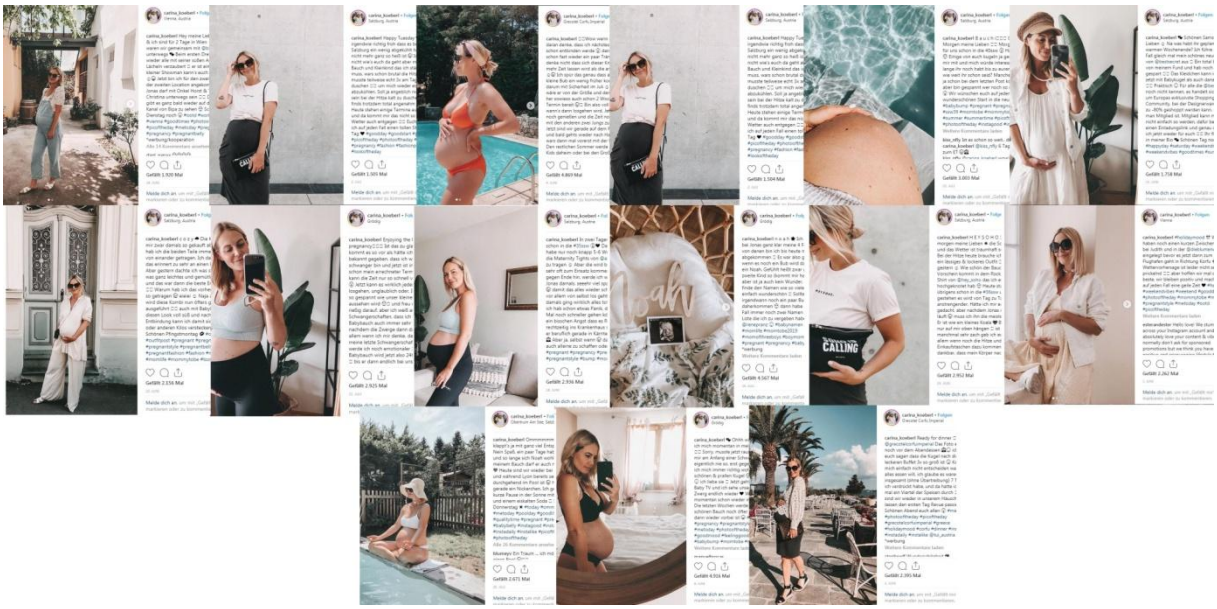
Kinderaufnahmen

Weiblichkeit

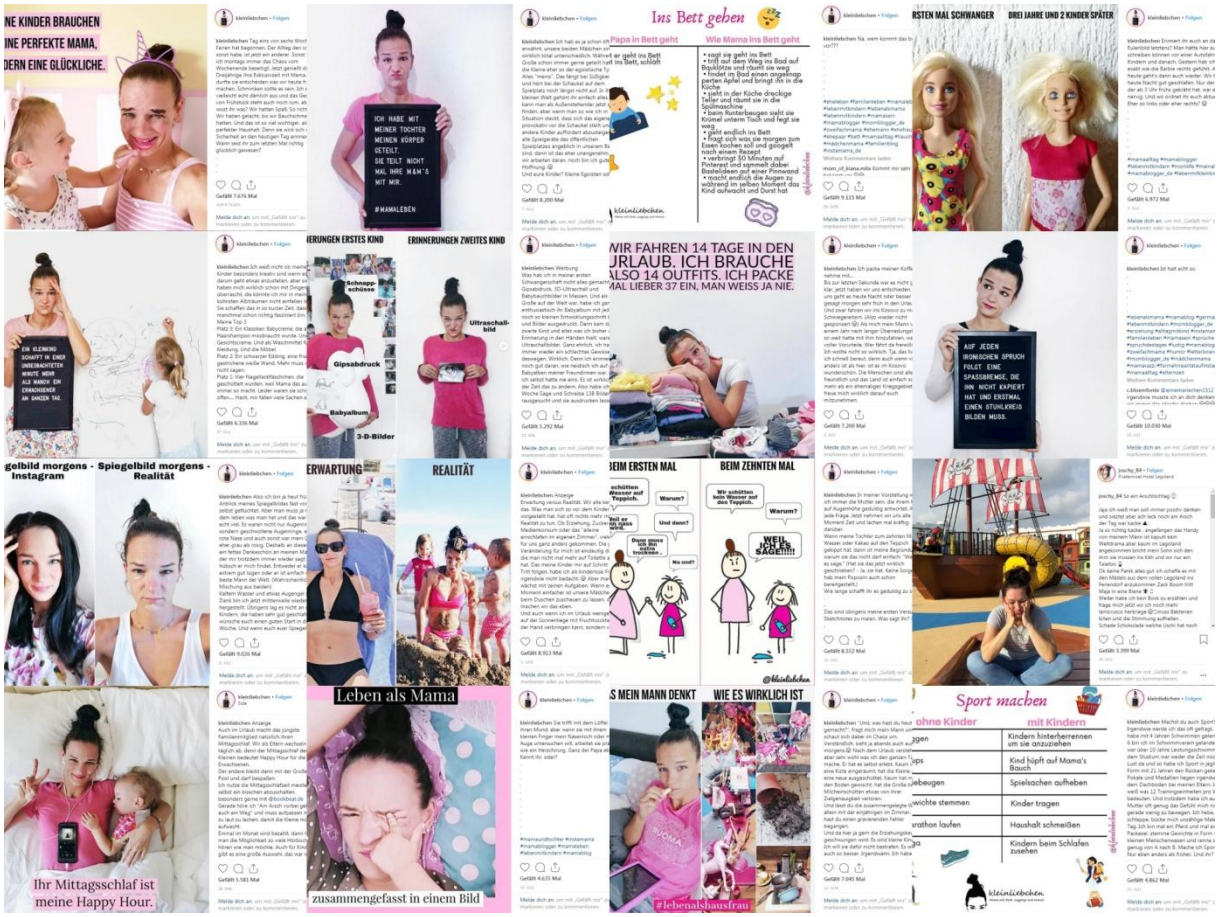


Familienaufnahmen

Schwangerschaft



Humoristische Aufnahmen



III Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, Vivien Christoph (Matrikelnummer 20172923), dass ich die vorliegende Masterarbeit zur Erlangung des akademischen Grades Master of Arts mit dem Titel

„Mutterschaft in den sozialen Medien - eine Analyse der visuellen Inszenierung von Frauen am Beispiel von Instagram“

selbstständig verfasst habe. Es wurden keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Zitate wurden als solche kenntlich gemacht.

Magdeburg, 28.08.2019 V. Ch

Ort, Datum Unterschrift

IIII Literaturverzeichnis

Althans, Birgit; Bilstein, Johannes (2016) *Essen - Bildung - Konsum.* Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden

Authenrieth, Ulla (2016) *Bilder in medial vermittelter Alltagskommunikation.* In: Handbuch visueller Kommunikation. Hg. v. K. Lobinger : Springer Fachmedien Wiesbaden

Authenrieth, Ulla (2017) *Die Visualisierung von Kindheit und Familie im Social Web als Forschungsfeld einer mediatisierten Gesellschaft.* In: Mediatisierung und Mediensozialisation. Prozesse - Räume - Praktiken. Hoffmann, Dagmar; Krotz, Friedrich; Reißmann, Wolfgang (Hrsg.). Springer Fachmedien Wiesbaden

Authenrieth, Ulla (2018) *(Vor-)Bilder: Von Gisele Bündchen zur Average Mom - Die Selbstdisziplinierungsspirale um den After-Baby-Body unter den Bedingungen bildzentrierter Kommunikation in vernetzten Umgebungen.* In: Grittmann, Elke; Lobinger, Katharina; Neverla, Irene; Pater, Monika (Hrsg.) (2018): Körperbilder - Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen. Herbert von Halem Verlag, Köln

Behrens, Doris A.; Kreimer, Margareta; Mucke, Maria; Franz, Nele Elisa (2018) *Familie - Beruf - Karriere.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Bettendorf, Selina (2019) *Instagram-Journalismus.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Brailovskaia, Julia (2013) *Narzisstisch und sensationssuchend? Eine Studie zum Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Online-Selbstdarstellung am Beispiel von studiVZ.* Verlag Werner Hülsbusch. Glücksstadt

Dittler, Ullrich; Hoyer, Michael (2014) *Social Network. Die Revolution der Kommunikation; Kundenkommunikation, Facebook-Freundschaften, digitale Demokratie und virtuelle Shitstorms unter medienpsychologischer und mediensoziologischer Perspektive.* kopaed. München

Decker, Alexander (2019) *Der Social-Media-Zyklus.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Dolderer, Maya; Holme, Hannah; Jerzak, Claudia; Tietge, Ann-Madeleine (2018) *O Mother, where art thou? (Queer-)feministische Perspektiven auf Mutterschaft und Mütterlichkeit*. Münster: Verlag Westfälisches Dampfboot. 2. Aufl.

Dreßler, Sabine (2018) *Mutterschaft aus Sicht von Müttern.* Dissertation.

Faßmann, Manuel; Moss, Christoph (2016) *Instagram als Marketing-Kanal.* Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden

Filter, Dagmar; Reich, Jana (2012) *„Bei mir bist du schön".* Herbolzheim: Centaurus Verlag & Media.

Gläser, Jochen (2015) *Neue Begriffe, alte Schwächen: Virtuelle Gemeinschaft* In: Jäckel, Michael; Mai, Manfred (2015): Online-Vergesellschaftung? Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikationstechnologien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Grittmann, Elke; Lobinger, Katharina; Neverla, Irene; Pater, Monika (2018) *Körperbilder - Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen.* Köln: Herbert von Halem Verlag

Goffman, Erving (2000) *Wir alle spielen Theater. Selbstdarstellung im Alltag. 8. Aufl.,* München: Piper Verlag GmbH

Heidinger, Isabella (2010) *Das Prinzip Mütterlichkeit - geschlechterübergreifende soziale Ressource. Gegenstandstheoretische und handlungsorientierte Perspektiven.* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage Wiesbaden

Hugger, Kai-Uwe (2014) *Digitale Jugendkulturen.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Klein, Gabriele (2010) *Soziologie des Körpers.* In: Kneer, Georg; Schroer, Markus (2010): Handbuch Spezielle Soziologien. Verlag für Sozialwissenschaften Wiesbaden

Knop, Karin; Petsch, Tanja (2010) *„Initiative für wahre Schönheit" - Die Rückkehr des Alltagskörpers in die idealisierte Körperwelt der Werbung.* In: Röser, Jutta; Thomas, Tanja; Peil, Corinna (2010): Alltag in den Medien - Medien im Alltag. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Lobinger, Katharina (2012) *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft.* VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH

Lumma, Nico; Rippler, Stefan; Woischwill, Branko (2015) *Berufsziel Social Media. Wie Karrieren im Web 2.0 funktionieren.* 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Gabler

Maleyka, Laura (2019) „*Instagram ist halt ne App für Bilder und wer findet Bilder denn nicht schön?" Privatheit und Öffentlichkeit in bildzentrierter Kommunikation auf Social Network Sites.* In: Ettinger, Patrik; Eisenegger, Mark; Prinzing, Marlis; Blum, Roger (2019): Intimisierung des Öffentlichen. Springer Fachmedien Wiesbaden

Otto, Daniela (2019) *Zwischen Sucht und Sehnsucht - zur Ambivalenz neuester Kommunikationsmedien* In: Gorr, Claudia; Bauer, Michael C. (Hg.) (2019): Gehirne unter Spannung. Kognition, Emotion, und Identität im digitalen Zeitalter. Springer Verlag Berlin Heidelberg

Reißmann, Wolfgang (2014) *Bildhandeln und Bildkommunikation in Social Network Sites. Reflexionen zum Wandel jugendkultureller Vergemeinschaftung.* In: Hugger, Kai-Uwe (2014) *Digitale Jugendkulturen.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Schachtner, Christina (2008) *Virtualität, Identität, Gemeinschaft. Reisende im Netz.* In: Willems, Herbert (Hg.): Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive. VS Verlag für Sozialwissenschaften/ GWV Fachverlage Wiesbaden

Schmidt, Jan-Hinrik (2014) *Wie im echten Leben? Praktiken und Risiken sozialer Medien.* Dossier Datenschutz. Bundeszentrale für politische Bildung, abrufbar unter: https://www.bpb.de/gesellschaft/digitales/datenschutz/194364/praktiken-und-risiken-sozialer-medien [zul. abger.: 27.07.2019, 10:38 Uhr]

Schmidt, Jan-Hinrik (2019) *Filterblasen und Algorithmenmacht. Wie sich Menschen im Internet informieren.* In: Gorr, Claudia; Bauer, Michael C. (Hg.) (2019): Gehirne unter Spannung. Kognition, Emotion, und Identität im digitalen Zeitalter. Springer Verlag Berlin Heidelberg

Schmidtke, Oliver; Englert, Kathrin; Waldecker, David (2019) *Vom alltäglichen Ziehen fließender Grenzen. Die Veröffentlichung von Intimität bei jugendlichen Social-Media-Nutzer/innen.* In: Ettinger, Patrik; Eisenegger, Mark; Prinzing, Marlis; Blum, Roger (2019): Intimisierung des Öffentlichen. Springer Fachmedien Wiesbaden

Schnebel, Karin B. (2015) *Selbstbestimmung oder Geschlechtergerechtigkeit.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Schreiber, Maria; Kramer, Michaela (2016) *„Verdammt schön". Methodologische und methodische Herausforderungen der Rekonstruktion von Bildpraktiken auf Instagram.* In: Zeitschrift für Qualitative Forschung 17(1-2), 81-106

Schulz, Martin (2005) *Ordnungen der Bilder: Eine Einführung in die Bildwissenschaft*. Wilhelm Fink Verlag

Scholz, Oliver R. (2009) *Bild Darstellung, Zeichen. Philosophische Theorien bildlicher Darstellung.* Vittorio Klostermann Verlag. 3.Aufl. Frankfurt am Main

Statistisches Bundeamt; Wisenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (2016) *Datenreport 2016*. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn

Strübing, Jörg (2014) *Grounded Theory. Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung eines pragmatischen Forschungsstils.* 3., überarb. u. erw. Auf., Wiesbaden: Springer Fachmedien

Tillmann, Angela (2014) *Girls Media - Feminist Media.* In: Hugger, Kai-Uwe (2014): Digitale Jugendkulturen. Springer Fachmedien Wiesbaden

Tolasch, Eva (2016) *Mutterschaft als vergeschlechtlichte Sorgebeziehung.* In: Eva Tolasch (Hg.): Die protokollierte gute Mutter in Kindstötungsakten. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden

Vogel Campanello, Margot (2018) *Ich hatte zuerst Angst, wenn ich eine Familienbegleitung in Anspruch nehme, dass das heißt, ich vesage, ich bin keine gute Mutter*. In: Soziale Passagen 10 (1). Springer Fachmedien Wiesbaden

Vogelsang, Waldemar; Minas, Heiderose (2014) *Digitale Medien - Jugendkulturen - Identität.* In: Hugger, Kai-Uwe (2014) *Digitale Jugendkulturen.* Springer Fachmedien Wiesbaden

Bildnachweise

Abb. 1: FIM-Studie 2016 Medientätigkeiten Eltern, www.mpfs.de, Zugriff: 22.07.2019

Abb. 2: Anzahl der Instagram-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit im Januar 2019, We Are Social, Hootsuite, DataReportal; Digital 2019, S. 108, Zugriff: 22.07.2019

Abb. 3: Social-Media-Nutzung in Deutschland 2018 in Prozent, Bettendorf 2019, S. 2, Zugriff: 26.07.2019

Abb. 4: Erwerbstätigenquote von Müttern und Vätern nach Alter des jüngsten Kindes 2014, Statistisches Bundesamt - Datenreport 2016, S. 55, Zugriff: 28.07.2019

Abb. 5: Analysemodell nach Schreiber/ Kramer (2016), Schreiber/ Kramer 2016, S. 87, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 6: Screenshot des Profils von „kleinliebchen“, www.instagram.com/kleinliebchen, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 7: Screenshot des Profils von „Karo Kauer“, www.instagram.com/karokauer, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 8: Screenshot des Profils von „Joschy_84“, www.instagram.com/joschy_84, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 9: Screenshot des Profils von „Janine Wiggert“, www.instagram.com/janinewiggert, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 10: Screenshot des Profils von „carina_koeberl“, www.instagram.com/carina_koeberl, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 11: Überblick über die erstellten Kategorien, eigene Darstellung

Abb. 12: Thematische Verteilung der visuellen Beiträge, eigene Darstellung

Abb. 13: Screenshot „Janine Wiggert“,www.instagram.com/janinewiggert, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 14: Screenshot „Karo Kauer”, www.instagram.com/karokauer, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 15: Screenshot „Joschy_84“,www.instagram.com/joschy_84, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 16: Screenshot „Karo Kauer“,www.instagram.com/karokauer, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 17: Screenshot „kleinliebchen“, www.instagram.com/kleinliebchen, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 18: Screenshot „carina_koeberl“,www.instagram.com/carina_koeberl, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 19: Screenshot „carina_koeberl“,www.instagram.com/carina_koeberl, Zugriff: 02.08.2019

Abb. 20: Screenshot „kleinliebchen“, www.instagram.com/kleinliebchen, Zugriff: 02.08.2019

Collagen im Anhang: eigene Zusammenstellung der Screenshots, www.instagram.com, Zugriff: 02.08.2019