



«Ein schönes Bild, auch wenn die Sonne nicht scheint»: Dafür steht Instagram. Es kann auch anders.

IMAGO/BILDEGEHE

Kultur >

Realität statt schöner Schein

Warum ungefilterte Bilder Instagram erobern

Schluss mit perfekter Selbstinszenierung: Bei Instagram macht sich ein Trend zu mehr Aufrichtigkeit bemerkbar.

Mirja Gabathuler
Freitag, 21.07.2017, 15:02 Uhr



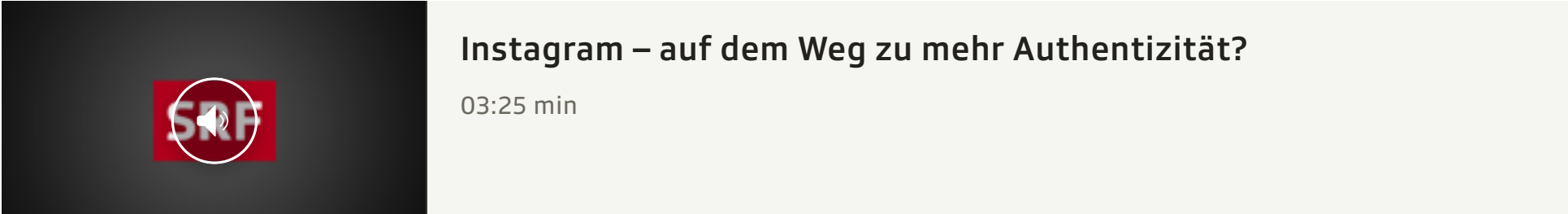
Diesen Artikel als erste Person teilen.

Das Wichtigste in Kürze:

- Typisch für Instagram sind idealisierte und bearbeitete Hochglanzfotos.
- Mit der Stories-Funktion teilen Instagram-Nutzerinnen auch ungeschönte Schnappschüsse und Videos.
- Sich in den sozialen Medien aufrichtiger und weniger inszeniert zu geben, dient dazu, sich abzuheben, meint eine Medienwissenschaftlerin.

Ästhetisch statt authentisch?

Diese Welt besteht aus Ferienstränden und flauschigen Tieren, Fitnesserfolgen und Quinoa-Bowls. Instagram gilt als Bilderbuch des schönen Lebens, betrachtet durch einen pastellfarbenen Filter der Perfektion. Makellos und minimalistisch wirken die meisten der dort geteilten Fotos, optimistisch gefärbt und optimal ausgeleuchtet.



Wie jedes soziale Netzwerk hat auch Instagram ein bestimmtes Image: Ästhetik vor Authentizität. Bei Twitter diskutiert man Politisches, bei Facebook teilt man Privates – bei Instagram rückt man die Pancakes, die man zum Frühstück isst, ins Bild.

Annäherung unter Rivalen

Mit den sogenannten Stories hat Instagram vor einem Jahr eine neue Funktion eingeführt, die dieses Image in Frage stellt. Hier können spontan Schnappschüsse und kurze Videos aus dem Alltag geteilt und mit Text und Emojis versehen werden. Nach 24 Stunden verschwinden sie. Die Insta-Stories wirken wie ein Klon des Konkurrenten Snapchat (siehe Textbox).

Ob eine Story verwickelt ist oder schlecht ausgeleuchtet, ist zweitrangig: Die Bilder sind oft kaum nachbearbeitet. Sie wirken daher auf den ersten Blick näher an der alltäglichen Realität als auf Hochglanz getrimmte Strandfotos.

Selfies oder Scheitern

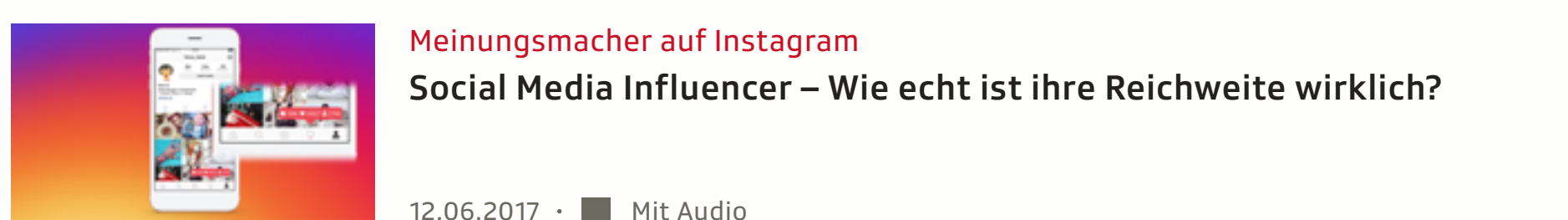
Die Stories-Funktion erweitert die Optik von Instagram ebenso wie die Inhalte. Unterdessen nutzen auch Promis und Influencer sie reger: Und zwar nicht nur, um sich von ihrer Schokoladenseite zu zeigen.

Klickt man sich durch aktuelle Stories, weiss man nie, ob einem Selfies vor dem Spiegel erwarten – oder ob jemand davon erzählt, was ihn gerade bedrückt oder wütend macht.

Ein digitaler Beichtstuhl?

Die Autorin [Caroline Calloway](#) verarbeitet etwa die [Trennung von ihrem Freund](#) in einer Story. Unternehmerin [Sophia Amorosa](#) äusserte [ihren Ärger über Netflix](#), bevor das Streamingportal mitteilte, eine Serie über sie einzustellen. Beide erreichen über Instagram ein grosses Publikum.

Passend zum Thema



Weil die Stories nach einer gewissen Zeit verschwinden, sinkt die Hemmschwelle, die eigene Gefühle preiszugeben. Als eine Art «digitalen Beichtstuhl» bezeichnete jüngst das Online-Magazin [«Broadly»](#) das soziale Netzwerk.

Keine Filter, trotzdem ästhetisch

Die Stories können als Teil eines Trends bei Instagram verstanden werden: Weg von der idealisierten Welt und hin zu mehr Aufrichtigkeit.

Unter Hashtags wie [#NoMakeUp](#) und [#BodyPositivity](#) greifen vor allem Frauen Schönheitsideale auf und setzen ihnen «ungeschminkte» Wahrheiten, Dellen, Rundungen und Bibeli, entgegen.

Einige Nutzerinnen legen sich unter «Finstagram» zweite Profile an, die ihren Alltag ungeschönt zeigen.

Passend zum Thema



Alltag statt Idealwelt

Dass es, neben den herkömmlichen Instagram-Ästhetik, einen Trend zu mehr Authentizität gibt, beobachtet auch die Medienwissenschaftlerin Ulla Autenrieth von der Universität Basel.

«Zu diesem Trend gehören etwa Hashtags wie [#NoFilter](#). Oder die Tendenz, auf Glamourfotos aus den Strandferien zu verzichten und stattdessen etwa lustige Begebenheiten aus dem Alltag zu teilen.»

Abweichen von der Norm

Das Bestreben, in sozialen Netzwerk natürlicher und weniger inszeniert zu wirken, sieht Ulla Autenrieth als logische Entwicklung. Denn dass es bei Instagram um eine Idealisierung der Realität geht, sei den meisten Nutzern klar.

«Wenn ich kreativ und innovativ sein will, dann muss ich eine gewisse Differenz zu dieser Norm setzen. Ich folge also nicht der Vorgabe: «Mache ein wunderschönes Bild, auch wenn die Sonne gerade nicht scheint». Sondern ich zeige die «blanke» Realität.»

Doch: «Auch dabei findet eine Ästhetisierung statt.» Bild und Bildausschnitt werden etwa auch in den Stories gezielt ausgewählt.

Dass Menschen sich bewusst inszenieren, daran ändert sich auf Instagram also wenig. Doch wer sich von anderen abheben will, muss ab und zu ein wenig an der perfekten Oberfläche kratzen.

Sendung: [Radio SRF 2 Kultur, Screenshot, 18.7.17, 17:40 Uhr](#)

Instagram vs. Snapchat

KEYSTONE

Instagram gehört zu Facebook. Vor vier Jahren wollte Facebook auch Snapchat kaufen – doch der damals noch kleine Konkurrent gab dem Grossen einen Korb. In Folge hat Facebook sich nun Ideen von Snapchat einverleibt. Etwa in Form der zeitlich limitierten Insta-Stories.

Screenshot

Wir sprechen über aktuelle Geschichten und Debatten im Internet. Von Montag bis Donnerstag um 17.40 Uhr in der Rubrik «Screenshot» bei [Radio SRF 2 Kultur](#).

Zur Person

Ulla Autenrieth ist Medienwissenschaftlerin an der Universität Basel. Sie forscht zu Selbstbildern von Jugendlichen im Netz und leitet [das Projekt «Netzbilder» des Schweizerischen Nationalfonds](#).

Kultur >

Meistgelesene Artikel

- Nachwuchs und Nähe**
Nie wieder Kinderzimmer!
- Kinderfreundliche Gemeinde**
Wo sich der Gemeinderat von Kindern beraten lässt
- Gesichter einer Phobie**
Warum Spoiler nicht nur des Teufels sind

Home	Play SRF Mediathek	Kids
News	Audio & Podcasts	Newsletter
Sport	Play Suisse	Hallo SRF!
Meteo	TV-Programm	Über SRF
Kultur	Radio-Programm	
Dok	Archiv	
Wissen	Verkehr	

Radio SRF 1	Radio SRF 4 News	Radio Swiss Classic
Radio SRF 2 Kultur	Radio SRF Musikwelle	Radio Swiss Jazz
Radio SRF 3	Radio SRF Virus	Radio Swiss Pop