



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

**„Das Liebespaar und sein digitales Liebes-Selbst.
#couplegoals: Die visuelle Inszenierung von Liebe auf
Instagram“**

verfasst von / submitted by

Lissa Riana Sophie Weiser, BA/BSc

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2022 / Vienna 2022

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 905

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

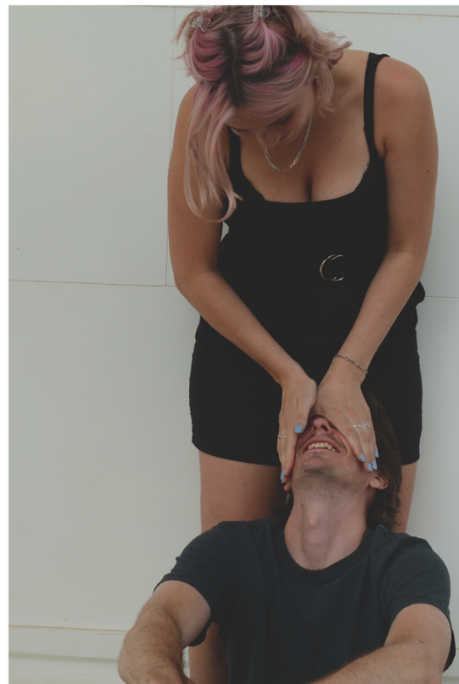
Masterstudium Soziologie

Betreut von / Supervisor:

Assoz. Prof. Dipl.-Soz. Dr. Roswitha Breckner

Danke

Für wertvolle Gespräche, Hinweise, Diskussionen und kritische Anmerkungen, die ich sowohl im universitären als auch im privaten Bereich erleben durfte. Für Ehrlichkeit und Anregungen, die meine Arbeit stets abgerundet und mir neue Perspektiven eröffnet haben und für Humor, Fürsorge und Aufmunterung, die mir diesen Abschluss überhaupt erst ermöglichten. Danke! Allein wäre ich nicht so viel, wie ich es mit all diesen Momenten der Begegnung bin.



© Lissa Weiser – Fotoreihe zu Liebe

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	6
1.1 Erkenntnisinteresse.....	6
1.2 Forschungsfrage	8
2. Theorie	9
2.1 Liebe.....	9
2.1.1 Die historische Entwicklung der romantischen Liebe.....	10
2.1.2 Luhmann: Das Intimsystem und die Liebessemantik.....	12
2.1.3 Das Erbe Luhmanns und die Liebe(ssemantik) heute - eine romantische Liebesutopie?.....	16
2.1.4 Vom visuellen Liebesideal und der Liebe in einer digitalisierten Welt	18
2.2 (Selbst)Darstellung.....	20
2.2.1 Goffman: Der Dramaturgische Ansatz der Interaktion und Grundbegriffe.....	22
2.2.2 Goffman: Die ritual-ähnliche Selbstdarstellung	24
2.2.3 Vom Bild als Kommunikationsmittel und der Selbstdarstellung in einer digitalisierten Welt.....	28
2.3 Zwischenfazit	33
2.4 Die Selbstdarstellung als Interaktionssystem	34
3. Forschungsstand	37
3.1 Liebe und Social-Media.....	38
3.2 Liebe und ihre visuelle Inszenierung.....	39
3.3 Fazit.....	42
4. Methodischer Teil	42
4.1 Methodologische Überlegungen	43
4.1.1 Die Notwendigkeit figurativer Hermeneutik.....	43
4.2 Die Bildclusteranalyse nach Müller als Auswertungsmethode	46
4.2.1 Strukturmerkmale und Verfahrensweisen.....	46
4.2.2 Figurative Analyse.....	48
4.3 Instagram – eine Gegenstandsbeschreibung.....	52
4.4 Feldzugang und Datenerhebung.....	58
5. Empirischer Teil.....	62
5.1 Fall 1 - mariefeandjakesnow	63
5.1.1 Analyseschritt 1: Explorative Phase	63
5.1.2 Analyseschritt 2: Identifizieren der Bildtypen.....	66
5.1.3 Analyseschritt 3: Axiale Analyse	72
5.1.4 Analyseschritt 4: Diskussion.....	74
5.1.5 Fazit	91
5.2 Fall 2 - ourbestgayveganlife.....	93

5.2.1 Analyseschritt 1: Explorative Phase	93
5.2.2 Analyseschritt 2: Identifizieren der Bildtypen.....	97
5.2.3 Analyseschritt 3: Axiale Analyse	105
5.2.4 Analyseschritt 4: Diskussion.....	107
5.2.5 Fazit	123
5.3 Zusammenführung der Profile	126
5.3.1 Darstellung der gefundenen Typen	126
5.3.2 Diskussion zu den gefundenen Typen.....	130
6. Schlussbetrachtung.....	132
6.1 Perspektive der Forschung	132
6.2 Feldeinstieg und Methodenanwendung.....	133
6.3 Gehalt der Ergebnisse.....	134
6.4 Berücksichtigung von Instagram als Kontext	135
6.5 Ausblick.....	136
7. Literatur.....	137
8. Abbildungsverzeichnis	144
9. Anhang.....	147
9.1 Abstract	147
9.2 Anschreiben.....	149
9.3 Einverständniserklärung	151

1. Einleitung

Gefangen zwischen (Liebes)Ideal und (Liebes)Unsicherheit - Spiegeln sich die zunehmende Digitalisierung, Vernetzung (Vitar 2019, 260) und Ambivalenz (Peuckert 2008, 328), die zurzeit den gesellschaftlichen Kontext bestimmen, darin wieder, wie auf Instagram das Liebes-Selbst¹ eines Intimsystems dargestellt wird? Welche Liebessemantik konstituiert sich als Medium der Selbstbeschreibung in einer Gesellschaft (Morikawa 2015, 14) anhand der Nutzung von Instagram und der Fotoauswahl eines Profils? Die folgende Arbeit basiert auf dem Erkenntnisinteresse, das digitale Liebes-Selbst eines Intimsystems zu untersuchen und sie zeichnet sich durch eine Perspektive aus, das Liebes-Selbst als durch das gemeinsame Kommunikationssystem und die Fotoauswahl konstituiert zu verstehen. Instagram stellt dabei einen erweiterten Interaktionsraum dar, innerhalb dessen Selbstdarstellung anhand der persönlichen Auswahl der Bilder in Form von Sozialkommunikation stattfindet (Hogan 2010, 377) und welche aufgrund einer Entgrenzung von Zeit und Raum mehr einer Ausstellung als einer Darstellung gleicht (ebd., 381). Betrachtung und Auswertung sollen unter Verbindung eines mikrosoziologischen (*Interaktion*, Goffman 2011) und makrosoziologischen (*Intimsystem*, Luhmann 1998) Ansatzes erfolgen. Das Medium der Fotografie und die Fotoauswahl als Erweiterung der alltäglichen (Liebes)Darstellung zu betrachten (Van Dijck 2008; Houben 2018; Kramer 2018; Müller 2018; Jurgenson 2019), zieht außerdem die Frage nach sich, wie anhand dieser Bildkommunikation wissenschaftliche Erkenntnisse gewonnen werden können (Müller 2012; 2016).

1.1 Erkenntnisinteresse

Impuls für mein Forschungsvorhaben war der Artikel: *Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag: utopisches Glücksversprechen oder emotionale Manipulation* von Vanessa Mangione (2014), der sich ebenfalls mit der digitalen Darstellung von Liebe auseinandersetzt. Insbesondere wird darin die Frage gestellt, was die Verlagerung der privaten Intimität, in diesem Fall der Heiratsantrag, in die Öffentlichkeit bedeutet, wenn der Heiratsantrag nicht nur an einem öffentlichen Platz erfolgt und gefilmt wird, sondern im Nachhinein auch im Internet veröffentlicht wird (ebd., 46). Damit wird die Intimität zweifach einem fremden Publikum ausgesetzt: einem konkreten unbekannten Publikum und einem abstrakten unbekannten Publikum. Das betont die *Eventisierung* (ebd., 52) dieser besonderen Liebesgeste, die dadurch aus dem eigentlichen persönlichen Kontext des Heiratsantrages gehoben wird und als Symbol der Liebe für alle jene als Symbol der Liebe zugänglich wird, die Zugriff aufs Internet besitzen.

¹ Ein Liebes-Selbst meint das gemeinsame Selbst eines Liebespaares. Es geht nicht um die Selbstdarstellung einer Einzelperson, sondern um die Liebes-Selbstdarstellung eines Intimsystems.

In den Worten Goffmans kann an dieser Stelle von einer Hyper-Ritualisierung gesprochen werden: Es handelt sich dabei um eine soziale Situation, bei der ein Ritual ritualisiert wird (1981, 18) - hier der Heiratsantrag als symbolisches Ritual (Vannini 2004, 170) der Liebe. Mangione zieht den Heiratsantrag dabei als einen Liebesbeweis in Betracht, den es bei dem durch den „Kapitalismus beeinflussten Code der Liebe“ braucht, um der „Flüchtigkeit von Beziehungen, das Wissen um die Zerbrechlichkeit und Austauschbarkeit“ entgegenzuwirken (2014, 44).

Das Interesse für diese Flüchtigkeit, aber auch Digitalisierung und Vernetzung im Zusammenhang mit gesellschaftlichem Wandel ist ebenfalls ein Katalysator für das vorliegende Forschungsvorhaben. Der Wandel von Wert- und Normsystemen, der ebenfalls mit dem gesellschaftlichen Wandel einhergeht, beeinflusst das alltägliche Leben der Individuen außerordentlich. So etwas demonstriert die *Generation Z* (Vitar 2019, 262), was es bedeutet in einer entgrenzten Welt zu leben und in einer mediatisierten Gesellschaft (Hepp, Hjarvard, Lundby 2015, 321) aufzuwachsen. Als der Generation Z gilt, dass sie mit einer durchgehend globalen *connectivity* (Vitar 2019, 260) aufwachsen und z.B. die Nutzung von Smartphones und Social-Media miteinschließt. Angehörige der Generation Z sind daher bestens mit der Technologie des Internets vertraut sowie mit Bildpraktiken und der digitalen (Selbst)Darstellung vertraut, welche sie nutzen, um sich selbst zu präsentieren und wahrgenommen zu werden (ebd., 260).

Die Entdeckungen dieser Merkmale sind konsistent mit den globalen Errungenschaften der Moderne. Mit Beginn des 20. Jahrhundert nehmen Ausdifferenzierungs- und Individualisierungsprozesse deutlich zu (Peuckert 2008, 326). Mit der Tendenz zur *Enttraditionalisierung* und zur *Entstandardisierung* versprechen diese Prozesse *Freiheit* und *Wahl* (Hirsland und Leuze 2010, 191). Es folgen jedoch auch *Unsicherheit* (Illouz 2012, 230f), *Widersprüche* und *Ambivalenzen* (Peuckert 2008, 328) in allen Lebensbereichen. Eine eher unbemerkte Nebenfolge ist die „[...] Notwendigkeit zur Selbstpräsentation, Selbstdarstellung und Selbstinszenierung [...]“ (Schroer 2010, 277), denn die Existenzbestätigung des Individuums, welche durch Unsicherheit, Widersprüche und Ambivalenzen immer notwendiger wird, kann vor allem durch die Zuwendung anderer erhalten werden. Um die dafür notwendige Aufmerksamkeit zu erhalten, ist Einzigartigkeit in der Darstellung des Selbst gefordert. Sicherheit und Stabilität wird somit produziert durch Selbstdarstellung. Goffman spricht an dieser Stelle von *performance*: Eine Darstellung als Tätigkeit von bestimmten Personen in bestimmten Situationen, die damit Einfluss auf diejenigen ausüben, die daran teilnehmen (Goffman 2011, 10).

Illouz beschreibt die romantische Liebe als einen Schauplatz, wo das Selbstwertgefühl ausgehandelt wird (2012, 215) und Personen Anerkennung finden und Sicherheit verspüren. Auch Luhmann schreibt der Intimbeziehung die Funktion von Kontinuität und Sicherheit zu, weil sie dadurch eine intersubjektiv konstituierte Welt erzeugt (2008, 13), deren gemeinsames Kommunikationssystem gegenseitiges Verständnis ermöglicht. Ein Intimsystem spricht

sozusagen die gleiche Liebessprache. Liebesbeziehungen und Intimität gehören zu einem Bereich des Individuums, das ebenfalls von den Prozessen der Ausdifferenzierung, Individualisierung und Technisierung betroffen ist. Die Beziehung zwischen den Geschlechtern verändert sich und es erfolgt eine Pluralisierung der Lebenswege (Hirsland und Leuze 2010, 193). Diese Änderungen betreffen vor allem die Beziehung zur Ehe und z.B. den Anstieg an *außerehelichen Partner:innenschaften* oder den von der Lebensform *living-apart-together* (ebd., 193).

Auf der einen Seite steht ein utopisches Liebesideal, das vor allem über Massenmedien und Hollywood transportiert und über einen Warencharakter in das kapitalistische System des Westens integriert wird (Mangione 2014, 43). Auf der anderen Seite ergibt sich durch die Enttraditionalisierung und Entstandardisierung von Liebesbeziehungen und Intimität, aber auch durch Globalisierung und Technisierung, ein Wachstum an Möglichkeiten von potenziellen Partner:innen oder Beziehungsformen (Hirsland und Leuze 2010, 193). Es entwickelt sich ein Bewusstsein für die Flüchtigkeit und Austauschbarkeit der Intimbeziehung (Mangione 2014, 44). Das führt wiederum zur Notwendigkeit nach Sicherheit und einem Liebesbeweis (ebd., 44). Das bedeutet, dass Liebe ständig erneut auf irgendeine Weise bestätigt werden muss.

1.2 Forschungsfrage

Für mein empirisches Vorhaben kann ich Folgendes zusammenfassen: In Anlehnung an den *öffentlich inszenierten Heiratsantrag* (Mangione 2014) und die Kommodifizierung aber auch die Unsicherheit der romantischen Liebe heute (Luhmann 1998, Illouz 2012) nehme ich an, dass manche Liebespaare Instagram nutzen, um ihre eigene romantische Liebe zu inszenieren und sie für das digitale Publikum konsumierbar zu machen. Mein Erkenntnisinteresse gilt der Frage, wie das Liebes-Selbst gestaltet ist, das ein solches Intimsystem auf Instagram inszeniert und wenn möglich sogar, welche Prozesse zu dieser Darstellung führen. Ich verstehe Instagram als erweiterten Interaktions- und Kommunikationsraum, wo User:innen dazu angehalten werden, *Impression Management* zu betreiben. Resultat ist in diesem Fall ein digitales (Liebes)Selbst. Die Fotos, die in dem Profil eines Liebespaares einer Ausstellung gleich angelegt sind, sollen darauf untersucht werden, wie sie diese Darstellung gesamtheitlich produzieren und müssen immer im Bezug zu Instagram als Bühne und den Followern der Profile bzw. anderen User:innen als Zuschauer:innen untersucht werden. In Anlehnung an Luhmann und die Semantik der Liebe (1998) gehe ich außerdem davon aus, dass über eine Fotogalerie die jeweilige visuelle Liebessemantik über semantische Sinngehalte erzeugt wird, in die das Liebes-Selbst eingebettet ist. Ich möchte diese Liebessemantik der spezifischen Profile und der spezifischen Liebes-Selbst, die ich untersuche, herausarbeiten und im Kontext des gesellschaftlichen Wandels betrachten. So ist das Ziel dieser Arbeit, über folgende Frage Aufschluss zu geben:

Wie inszeniert ein Intimsystem sein digitales Liebes-Selbst durch die Fotoauswahl seines gemeinsamen Accounts auf Instagram? Welche visuelle Semantik der Liebe nutzt es dabei?

Der Aufbau der Arbeit gestaltet sich dabei wie folgt: Einleitend werde ich einen Überblick über die theoretische Verortung meiner Arbeit geben, die es mir erlaubt, mit bestimmten Begriffen und Konzepten umzugehen und das digitale Liebes-Selbst sowohl aus der Perspektive der Interaktion, des Systems als auch aus der Perspektive der Liebe soziologisch anschlussfähig zu machen. Darauf folgt ein Abriss des aktuellen Forschungsstandes, der die vorangestellten Begriffe und Konzepte aufnimmt. Anschließend werde ich mich mit methodologischen und methodischen Fragen beschäftigen, die überwiegend wissenssoziologisch geprägt sind und sich auf Erkenntnisprozesse aus Bildern bzw. Bilderzusammenstellungen (Bildcluster) beziehen. Als mögliche Antwort werde ich darauf die Bildclusteranalyse nach Michael R. Müller ausführen. Der Hauptteil der Arbeit besteht aus der Analyse zweier Profile, die den Arbeitsschritten der Bildclusteranalyse folgt, wobei die Ergebnisse zuerst fallspezifisch und schließlich vergleichend dargestellt werden. Abschließend gebe ich einen kritischen Überblick über die Perspektive, Ergebnisse und Methode der Forschung.

2. Theorie

Der Theoriekontext als Grundlage dieser Forschung wird anhand verschiedener Perspektiven umrissen. Ich fange mit der soziologischen Perspektive auf Liebe an, weil sich daraus mein Erkenntnisinteresse für diese Arbeit überhaupt erst ergeben hat.

2.1 Liebe

Das Erbe der Liebe, dem sich die Individuen seit der Postmoderne annehmen müssen, ist, dass Liebe wichtiger geworden ist, aber auch schwieriger (Beck & Beck-Gernsheim 1990; Illouz 2012), „die verankerten Liebesleitbilder sind zugleich romantisch gesteigert wie auch entromantisiert“ (Lenz 2009, 293). Zum einen lässt die romantische Liebe und das Verliebtsein ein Gefühl der Einzigartigkeit erhoffen, das Selbstwertgefühl zu steigern (Illouz 2012, 234f; Luhmann 1998, 208) und durch soziale Anerkennung vor der sozialen Unsichtbarkeit zu schützen (Illouz 2012, 230f). Zum anderen werden die traditionellen Vorstellungen mit Anbruch der Modernen, wie die von *Dauerhaftigkeit* der Beziehung - unter anderem durch das Eheversprechen und das Christentum – die Kopplung von Liebe und *Elternschaft* (Lenz 2009, 294f), aber auch die *Selbstaufgabe* für die Liebe und ihre Exklusivität abgelöst. Und zwar von dem *Selbstverwirklichungsmotiv* (ebd., 286) und dem *Individualitätsanspruch* (ebd., 294), die Möglichkeit zur *kinderlosen* Liebesbeziehung und *anderen*

Bezugspersonen außerhalb der Zweierbeziehung (ebd., 295), aber auch von der Enttabuisierung der *Sexualität* (ebd., 287f). Außerdem löst sich die Geschlechtsspezifität auf, die zuvor mit einer Ungleichbehandlung einherging und an ihre Stelle tritt der Grundsatz der gleichen Rechte für Mann und Frau (ebd., 287) – Partner:innenschaftsnormen ersetzen Geschlechternormen zunehmend und materielle Abhängigkeitsverhältnisse zwischen den Geschlechtern lösen sich tendenziell auf (Burkart 2018, 29). Das macht den Weg zu einer Pluralisierung der Lebenswege und Beziehungsformen (Hirsland & Leuze 2010, 193) frei. Das Modell „des Normallebenslauf“ differenziert sich aus und aus der einfachen Abfolge (‚Verliebt – verlobt – verheiratet‘) entstehen unterschiedliche Verlaufsformen (Burkart 2018, 99).

2.1.1 Die historische Entwicklung der romantischen Liebe

Mit der Abkehr von *Tradition, Kirche* und *Ehe* als Grundbausteine für die Familiengründung, kommt der Liebe eine neue Bedeutung zu (Illouz 2012, 24; Luhmann 1998, 58). Das Individuum wird befreit und erhält das Geschenk der Wahl. Jedoch leidet es im Zuge der Säkularität und Auflösung gemeinschaftlicher Bindung auch unter *Ungewissheit, Identitätssuche* (ebd., 20) und *Entscheidungsdruck* (Burkart 2018, 2). Widersprüche, die daraus folgen sind z.B. „zwischen rational gesteuerter Wahl und Hingabe; zwischen dem Vertragsprinzip des Partnerschaftsmodells und der Leidenschaft; zwischen dem Gleichheitsanspruch und der Macht des freiwilligen Machtverzichtes.“ (ebd., 317). Denn Freiheit bedeutet auch, die ‚richtigen‘ Entscheidungen zu treffen und sich in die ‚richtige‘ Person zu verlieben und dabei die ‚richtige‘ Partnerschaft hervorzubringen (ebd., 2). Die Mitglieder der ‚freien‘ Gesellschaft sind dazu angehalten, sich ihre romantischen Liebesbeziehungen selbst zu erarbeiten (ebd., 2) und stehen damit unter dem Druck gesellschaftlicher Veränderungen. Dieser setzt das romantische Liebesideal zur ökonomischen Rationalität in Spannung – es folgt eine *Kommerzialisierung der Romantik* und *Marktförmigkeit der Beziehungswahl* (ebd., 317). Die Errungenschaften der Moderne bzw. Postmoderne wie *Rationalität, Wahlfreiheit* oder *Konkurrenz* verändern, wie man Partner:innen kennenlernt, sucht (Illouz 2012, 25) oder was man mit ihnen eingeht. Die sozialen, ökonomischen und kulturellen Veränderungen der Gesellschaft tragen dazu bei, dass sich die Liebesform und -bedeutung verändert (Illouz 2020, 56). Liebe kann deshalb nicht nur ein Zufluchtsort der anerkennungssuchenden Individuen sein, die sich in der komplexer werdenden Welt nicht mehr alleine halten können, sondern auch Liebe nimmt an Komplexität zu und muss mit Ambivalenzen und Widersprüchen umgehen (Peuckert 2008, 328; Luhmann 2008, 12ff).

Der Liebescode

Liebe als kultureller Code hat sich über die Jahre verändert. Allgemein kann Liebe etwas außerhalb der Zweierbeziehung und neben der erotischen Liebe meinen wie z.B.

Geschwisterliebe, Mutterliebe oder Menschenliebe (Simmel 1985 zit. nach Lenz 2009, 275). Liebe ist nicht für die Zweierbeziehung reserviert. Neben Liebe als ein *Gefühl*, kann Liebe auch für einen *Beziehungsanfang* stehen (Reiss 1960; Goode 1959 zit. nach Lenz 2009, 275), wobei diese Verwendung relativ neu ist sowie die Verwendungsform der Liebe für *Sexualität* (Flandrin 1986 zit. nach Lenz 2009, 275), die sich z.B. in der Umschreibung von *Liebe machen* widerspiegelt (Lenz 2009, 275). Da die romantische Liebe als kultureller Code bis heute eine tragende Rolle spielt und mit ihren Eigenschaften die Zweierbeziehung prägt bzw. diese als solche überhaupt erst konstituiert (Lenz 2009, 275), sind die früheren Formen der Liebe für meine Forschungsfrage und deren jeweiliges gesellschaftliches Verständnis aus der Antike oder dem Mittelalter (Burkart 2018, 52), die vor allem von der christlichen Sexualmoral und sakramentalen Aufwertung der Ehe geprägt war (ebd., 53), nicht relevant. Ich konzentriere mich daher auf die romantische Liebesform.

Das romantische Liebesideal hat einen ungeheuren Kulturerfolg zu verzeichnen (Tyrell 1987, 591). Obwohl schon im 18. und 19. Jahrhundert die Norm der Liebesheirat, im 19. Und 20. Jahrhundert die Norm der Liebe als Ehevorbereitung aufkommt (Lenz 2009, 282) und sich Leitbilder wie „nur die erste Liebe ist die wahre Liebe“ oder „die Liebe ist die Natur der Frau, der die Emotionalität innewohnt und dem Mann die Rationalität“ durchsetzen (ebd., 283f), entwickelt sich die Norm der Liebesheirat tatsächlich erst im 20. Jahrhundert flächendeckend zu beziehungsrelevanten Orientierungsvorgaben für Liebespaare. Unter anderem waren für viele Liebespaare oder auch Gesellschaftsschichten bis dahin die ökonomischen Zwänge zu hoch (ebd., 286). Das, was in der Romantik an Liebesidealen vorgegeben wird und als literarisches Vorbild gilt, wird erst im 19. und 20. Jahrhundert sukzessive von Liebespaaren umgesetzt und als kultureller Code für die eigene Liebesbeziehung herangezogen (ebd., 281). Die Ideale der Romantik setzen sich demnach erst später in die Praxis um.

Die Ausbreitung neuer Gehalte des Liebescodes verlaufen parallel und neue und alte oder moderne und traditionelle Werten und Themen vermischen sich. Kulturelle Leitbilder ändern sich langsam und kontinuierlich (ebd., 289). Das erklärt auch die zu Anfangs beschriebene Tendenz der Liebesleitbilder in der Gegenwart als zugleich romantisch gesteigert und entromantisiert (ebd., 297) – die Liebesgehalte existieren parallel. Es ist nicht eindeutig, ob die romantische Liebe ein Auslaufmodell ist oder sogar eine Bedeutungssteigerung der Liebe erfährt. Jedoch ist sich die Wissenschaft weitestgehend einig darüber, „dass der Liebescode der Gegenwart massiven Veränderungstendenzen unterworfen ist.“ (ebd., 291). Das, was wir heute als Liebe kennen, ist vor allem eine ökonomisierte (Burkart 2018; Hochschild 2003; Illouz 2012), reflektierte (Burkart 2018; Luhmann 1998), rationalisierte (Burkart 2018; Illouz 2020) und mediatisierte (Burkart 2018; Illouz 2006) Liebe.

Mit dem *Liebescode* und der *Liebesform*, die von Themen wie der *Sexualität*, der *Romantik* oder dem jeweilig dominierenden Ideal bestimmt werden und sich im Wandel der Gesellschaft mitgewandelt haben, verwende ich Begrifflichkeiten, die auf Luhmanns Systemtheorie zurückgehen und welche die Begrifflichkeiten des *Intimsystems* und der *Liebessemantik* hervorgebracht hat (Luhmann 1998). Der Wandel der Liebessemantik und der daraus hervorgehende Liebescodes sieht Luhmann als Möglichkeit, auf Veränderungen und Bedürfnisse der Gesellschaft einzugehen und neue Probleme einzuarbeiten (ebd., 52). Allgemein geht er davon aus, dass „der Umbau des Gesellschaftssystems von stratifikatorischer in funktionale Systemdifferenzierung tiefgreifende Veränderungen des Ideenguts der Semantik erzeugt, mit dem die Gesellschaft die Kontinuität ihrer eigenen Reproduktion, des Anschließens von Handlung und Handlung ermöglicht.“ (ebd., 9). Luhmann konstruiert damit ein wechselseitiges Verhältnis zwischen der Differenzierung einer Gesellschaft und der Evolution der Semantik², also, dass sich ‚wie man über Sachverhalte spricht‘ sich auf die Veränderung der Sachverhalte auswirkt und umgekehrt. Bezogen auf die Liebe bedeutet das, dass sich ‚wie man über Liebe spricht‘ darauf auswirkt, wie Liebe gelebt wird und umgekehrt. Ich möchte im Folgenden vor allem auf die Grundbegriffe des Intimsystems und der Liebessemantik eingehen und wie diese auf den historischen Ereignissen aufbauen, die ich zuvor beschrieben habe.

2.1.2 Luhmann: Das Intimsystem und die Liebessemantik

Wie sich Liebe über die Zeit in einer Gesellschaft verändern kann, untersucht Luhmann anhand von Romanliteratur, die sich mit Liebesangelegenheiten beschäftigt und fasst seine Erkenntnisse darüber in *Liebe als Passion* (1998) und *Liebe – eine Übung* (2008) zusammen. Er spricht von Liebe als einem *symbolisch generalisierten Kommunikationsmedium*, welches als semantische Einrichtung *unwahrscheinliche Kommunikation* ermöglicht und das System der Intimität dadurch sicherstellen kann (1998, 21; 24). Es ist ein geschlossenes System, das seine Autonomie als solches durch selbstreferentielle Kommunikation und damit durch die Differenz zur Umwelt erzeugt³. Ein Intimsystem ist ein *intersubjektiv konstituiertes Kommunikationssystem*, welches ermöglicht, die Erlebens- und Lebenswelt der anderen Person als die eigene zu erleben und umgekehrt (ebd., 16).

² *Semantik* kann hierbei als Medium der Selbstreflexion und Selbstbeschreibung einer Gesellschaft verstanden werden (Morikawa 2015, 14).

³ „Die Operationen eines sozialen Systems sind Kommunikationen, die sich aufgrund anderer Kommunikationen reproduzieren und damit die Einheit des Systems herstellen [...]; außerhalb von sozialen Systemen gibt es keine Kommunikationen. [...] Alle autopoietischen Systeme sind also durch eine operative Schließung gekennzeichnet. Mit diesem Begriff wird die Tatsache bezeichnet, daß [...] die Operationen, welche zur Produktion neuer Elemente eines Systems führen, von früheren Operationen desselben Systems abhängig und Voraussetzung für folgende Operationen sind. [...] Diese Schließung ist die Grundlage der Autonomie des betreffenden Systems und ermöglicht die Unterscheidung von seiner Umwelt [...]. Die Operationen eines sozialen Systems – die Kommunikationen – sind das Ergebnis früherer Kommunikationen und lösen ihrerseits weitere Kommunikationen aus (Baraldi, Corsi & Esposito 1997, 29f).

Luhmann beschreibt Liebe daher nicht als ein Gefühl, sondern als ein Kommunikationscode (ebd., 23). Er setzt Sinnbildung und Kommunikation grundsätzlich als Ordnungsmittel voraus, um in einer Welt – wie die Gesellschaft – welche aus Kommunikationssystemen besteht, zurecht zu kommen, die „mehr Möglichkeiten des Erlebens und Handelns birgt, als je aktualisiert werden können“ (Luhmann 2008, 12) und bei der die Möglichkeiten als solche auch immer anders sein könnten (ebd., 12). Es ist eine Welt, die sich von einer ständischen Gesellschaftsordnung zu einer modernen gewandelt hat und diese Veränderung sowohl in der Semantik hervorbringt, aber auch verbreitet (Luhmann 1998, 2). Kommunikation und Sinnbildung ermöglichen es, sicher zu stellen, dass andere das gleiche meinen, aber auch, um sich aus diesen unendlichen Möglichkeiten auf eine Selektion zu verständigen. Das Besondere an einem Intimsystem ist jedoch, dass sprachliche und nichtsprachliche Kommunikation selbst nicht ausreichend sind, dieses gemeinsam geteilte Kommunikationssystem sicher zu stellen. Die Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation und Intimsystembildung ist, dass das Gegenüber die übermittelten Sinngehalte zusätzlich akzeptieren muss (Luhmann 2008, 13). Das macht die Kommunikation noch schwieriger, weil es bedeutet, ein Gegenüber nicht nur zu verstehen, sondern die Ansicht des Gegenübers als die eigene Ansicht anzunehmen. Das stellt für ihn einen Fall der unwahrscheinlichen Kommunikation dar.

Was braucht es „im zwischenmenschlichen Verkehr“ (ebd., 13), um diese intersubjektiv konstituierte Welt zu erhalten und die Gleichzeitigkeit von Selektion (Verständigen auf gleichen Sinngehalt) und Motivation (Akzeptieren dieses Sinngehaltes) zu gewährleisten? Die Funktion der Liebe sieht er als Gegenpol der Unsicherheit und Unpersönlichkeit, die seit dem 20. Jahrhundert verstärkt auftritt und förmlich nach höchstpersönlicher Kommunikation schreit (ebd., 13ff). Die Reduktion einer komplexen und kontingenten Welt (Luhmann 2008, 12) wird durch die Konkretisierung und Sinnverdichtung auf einen Menschen erreicht (ebd., 19), sodass über das Kommunikationsmedium der Liebe im besten Fall die gesamte Erlebenswelt der Partner:innen gemeinsam erlebt wird (ebd., 16). Das Intimsystem erzeugt dann einen gemeinsamen Sinn- und Kommunikationsraum.

Historische Genese des Intimsystems und der Liebessemantik

Über die Jahrhunderte hinweg, wandelt sich die Semantik der Liebe von einer *Idealisierung*, über das *Paradox*, bis zur *Romantik* und schließlich zur *Problemorientierung* (Luhmann 1998, 2; 212f). Damit verändert sich außerdem die „Regulierung ihrer ‚real assets‘ (Parson), ihrer symbiotischen Mechanismen“ (ebd., 11). Man könnte auch sagen, das, was durch den bestimmten Liebescode zwischen dem Liebespaar als Kommunikationsform sichtbar wird. Bei dem Kommunikationsmedium *Wahrheit* ist es z.B. die *Wahrnehmung*, bei dem Kommunikationsmedium *Macht* ist es *physische Gewalt* und bei *Liebe* ist es *Sexualität* (ebd., 11). In Anlehnung an die historische

Entwicklung der romantischen Liebe, möchte ich ausführen, wie sich die Genese des Intimsystems und der Liebessemantik zur Differenzierung der Gesellschaft verhält.

Im 18. Jahrhundert wird die *Liebesheirat* noch abgelehnt und die Ehe wird als der Ort angesehen, wo es die Reproduktion der Familie zu kontrollieren gilt (ebd., 163). Das konstitutive Moment eines Intimsystems ist deshalb die Sicherstellung der Nachkommen. Eine Reformbewegung gegen die Gattenliebe, welche die Frau und die gesamte Familie dem Mann in dieser Zeit unterordnet, bildet sich in England. In diesem Zuge wird „Gleichheit der Gatten und die Gründung der Ehe auf Liebe, Vernunft und wechselseitige Achtung“ gefordert (ebd., 164). Mit dem Aufkommen des Codes *amour passion* bedient sich im 17. Jahrhundert die Liebessemantik noch der Idealisierung (ebd., 57), welche religiöse Gehalte einschließt und eine Hierarchisierung und moralische Ordnung verlangt (ebd., 58). Es ist ein Lieben im Dienst der Moral und des Ideals (ebd., 59), welche von starker Geschlechtsspezifität angeleitet wird. Außerdem bildet sich die „Konkretheit und Einzigartigkeit des Individuums“ (ebd., 167) aus, die in der zeitgenössischen deutschen Romantik noch deutlicher als die „Aufwertung der Welt durch einen anderen“ (ebd., 168) vermittelt wird. Damit ist eine Entscheidungsfreiheit und Selbstbestimmung gemeint, die sich herausbildet. Die noch im Mittelalter durch Standesdifferenzierung (ebd., 59) erfolgte Partner:innenwahl wird ersetzt und die „Ausdifferenzierung von ‚doppelter Kontingenz‘ als beidseitiger Freiheit, sich für oder gegen ein Sicheinlassen auf eine Liebesbeziehung zu entscheiden“ (ebd., 60) tritt an ihre Stelle. Das „Gewähren der Freiheit“ und das „Gegenüber nach eigenem Gefühl entscheiden“ zu lassen und die „Regulierung der Liebe durch Ideale“ schließen sich einander aus (ebd., 62).

Darauf folgt Ende des 17. und Anfang des 18. Jahrhunderts die *Paradoxie* der Liebe, wobei die Liebe zur Superpassion wird, die „alle anderen in ihren Dienst nimmt“ (ebd., 75). Die Individuen sind der Passion passiv ausgeliefert und geben sich dem *Exzess* und der *Maßlosigkeit* hin, welche ein Pendant zu *Kontrolle* und *Beherrschung* bilden (ebd., 83). Alles, was kontrolliert und beherrscht erfolgt, kann keine Liebe sein. Liebe folgt jetzt ihren eigenen Regeln und ist alles, was Passion ist, sie ist grenzenlos und wertet sowohl die Leidenschaft als auch die Sexualität als Teil der Liebessemantik auf (ebd., 139). Mit der Abkehr von Moral und Ideal wird folglich auch die Unverbindlichkeit Teil der Liebessemantik, die der Liebe die Momenthaftigkeit aufzwingt und der Dauerhaftigkeit beraubt. So wird Liebe der Ehe gegenübergestellt: „[...] die Temporalstruktur [...] erzwingt vor allem eine (immer schon diskutierte) Trennung von Liebe und Ehe.“ (ebd., 95).

Erst im 18. Und 19. Jahrhundert kommt mit der *Romantik* der Liebe, die Liebe um des Liebeswillen (ebd., 175) auf, die Ehe als Beweis dieser Liebe (ebd., 2) und die Liebe als Grund der Ehe (ebd., 178). Liebe ist dann nicht mehr abhängig von Ständen oder einem Glauben oder einer Leidenschaft, sondern folgt ihrem eigenen Gesetz, nämlich dem der Liebe. Es erkennt das Gegenüber in seiner Individualität und Einzigartigkeit durch Zufall als Schicksal oder Zufall als

Freiheit der Wahl an (ebd., 181). Um es mit Erich Frieds Worten zu sagen: „Es ist was es ist, sagt die Liebe.“ (1983 zit. nach Burkart 2018, 35).

Im 20. Jahrhundert folgt schließlich das Leitbild *Liebe als ein Zufluchtsort*, an dem Individuen nach Halt und Stabilität oder auch Bestätigung der eigenen Individualität und *Validierung der Selbstdarstellung* suchen (Luhmann 1998, 208). Voraussetzung dafür ist, über sich selbst sprechen zu können, um diese „kommunikative Behandlung von Individualität zu ermöglichen, zu pflegen, zu fördern“ (ebd., 15). Vernunft und Reflexivität überrollen Passion und irrationale „Unverantwortlichkeit für das eigene Fühlen und Handeln“ (ebd., 209) und setzen die liebende Person als die Quelle der Liebe selbst (ebd., 209). Die Liebessemantik der *Problemorientierung* (Partner:innen zu finden) ist von Proaktivität und aufrichtiger Kommunikation gezeichnet. Als eine wechselseitige „Dauertherapierung auf der Basis einer unaufrichtigen Verständigung über Aufrichtigkeit“ (ebd., 211) wird die Liebe zum Aushandlungsort der Aufrichtigkeit und die „labile Gesundheit“ und die „heilungsbedürftige Verfassung des Einzelnen“ zum Ausgangspunkt des Intimsystems (ebd., 211). Nicht die Liebe selbst bestimmt ein Intimsystem, sondern die Hilfsbedürftigkeit der Einzelnen und die Aussicht auf das Lösen individueller Probleme durch die gemeinsame Beziehung. Zunehmend unpersönliche Kommunikation macht es jedoch schwieriger, persönliche Kommunikation anzufangen (ebd., 205), wie sie z.B. im Chat auf Social-Media geführt wird oder zunehmend in der Öffentlichkeit durch Maschinen (Bsp. Ticketschalter anstatt Schaffner). Das spiegelt sich wiederum im gesteigerten Bedarf höchstpersönlicher Kommunikation wider, der den Modernisierungsprozess verfolgt, da marktförmige, anonyme Beziehungen zunehmen (Luhmann 1982 zit. nach Burkart 2018, 42).

Die Liebe als Kommunikationsmedium scheint hochkomplex, fast unmöglich und unsicher zu sein und die Suche nach dem/der einzigartigen Partner:in und der Verschmelzung zu einem gemeinsamen Intimsystem mit gemeinsamer Erlebenswelt unendlich. Liebe ist, was Liebe ist, näher kann es auch Luhmann nicht beschreiben: „Deshalb kann nicht alles gesagt werden. Transparenz gibt es nur in der Beziehung von System und System, sozusagen an Hand der Differenz von System und Umwelt, die das System konstituiert. Liebe kann diese Transparenz nur selbst sein: [...]“ (ebd., 223). Liebe kann sich nur durch sich selbst deutlich machen, egal, von welchen Liebescode sie derzeit bestimmt ist. Was von dem Gesamtbestand traditioneller Liebessemantik jedoch für die Bildung von Intimsystemen unverzichtbar bleibt, ist der „neuhumanistisch-romantische Begriff des weltoffenen, eine Eigenwelt konstituierenden Individuums“, das Lieben um der Liebe Willen und die „Vorstellung der Selbstreferenz“ (ebd., 222f).

2.1.3 Das Erbe Luhmanns und die Liebe(ssemantik) heute - eine romantische Liebesutopie?

An diesem Punkt der Entwicklung der Liebessemantik in der Moderne knüpft Illouz an Luhmanns Liebescode an und untersucht romantische Liebe im Zusammenhang mit dem Kapitalismus (2006, 2020, 2012). Illouz argumentiert, dass Liebe mehr und mehr zu einer Ware wird, die man konsumiert und die zunehmend in „Massenmärkte“ und die „Kultur der Massenmedien einbezogen“ wird (Illouz 2020, 56). Hollywood behandelt z.B. vor allem die Themen „Individualismus, Konsum, Freizeit, Treffen außerhalb der elterlichen Kontrolle und Erkundung der neuen Sexualmoral“ (ebd., 62) und konstituiert das ideale Liebespaar damit zugleich durch lebenslanges Eheglück und Konsum (ebd., 63). Das trägt unter anderem zur Idealisierung romantischer Liebe (Mangione 2014, 43) und einer Verklärung der Realität bei (ebd., 40). Gerade auch das Online-Dating macht sich ein Geschäft aus der Liebe, welches ein sehr lukrativer Sektor in der Internetökonomie darstellt und mit dem Versprechen emotionaler Beziehungen und Erfahrungen wirbt (Dröge und Voirol 2013, 186). Das alte Ideal der romantischen Liebe wird verwandelt „[...] in eine ‚visuelle Utopie‘, die Elemente des amerikanischen Traums (von Überfluss und Selbstvertrauen) mit romantischer Fantasie“ verbindet (Illouz 2020, 60).

Mit der visuellen Utopie von Liebe entwickeln sich moderne Beziehungen als praktisch Unerreichbares, gefangen in den Mechanismen des Konsums, zu etwas Flüchtigem, Zerbrechlichem und Austauschbarem (Mangione 2014, 44). Baumann spricht von einer „[...] Kommodifizierung und Konsumifizierung im Bereich menschlicher Partnerschaften“ (Baumann 2003, 108), die nach einmaligem Gebrauch dafür bestimmt sind, weggeworfen zu werden (ebd., 191), wie ein Einmalhandschuh. Zwar wird „[...] die romantische Liebe zum Schauplatz der Aushandlung des Selbstwertgefühls [...]“ in der Moderne (Illouz 2012, 215), weil in Intimbeziehungen die Anerkennung körperlicher und geistiger Individualität Befriedigung (Dux 1994, 198), das Selbst Bestätigung (Burkart 2018, 216) und die eigene Kontinuität Garantie finden kann (Lenz 2009, 211). Jedoch scheint es, als würde die Liebe selbst ebenso in einer Krise aus Unsicherheit und Ideal, Tradition und Moderne (ebd., 211) stecken und als würde sie ohne eine Art von Anerkennung und Bestätigung durch Andere selbst auch nicht mehr auskommen. Mit dem Aufkommen der Vernunft, den „modernen Institutionen der Wissenschaft, der Technik und des Marktes, die auf Problemlösung, Leidensminderung und Wohlfahrtssteigerung abzielen“, erfährt die Liebe Ernüchterung, Entzauberung und Entheiligung (Illouz 2012, 283f). Liebe bedarf folglich etwas, was das Flüchtige von der Dauerhaftigkeit und das Austauschbare von der Exklusivität unterscheidet und sie nicht nur emotional, sondern auch rational zugänglich macht. Ausdrucksformen der Liebe können z.B. die Verwendung des „Wir-als-Einheit“ sein (Lenz 2009, 243), Beziehungssymbole wie Händehalten, der Ehering oder ein gemeinsames Lied, aber auch

eine eigene Paarsprache (ebd., 246). Es geht um einen Liebesbeweis (Mangione 2014, 44) - der wie früher die Ehe - ein Zeichen dafür ist, dass Liebe tatsächlich existiert und das Liebespaar als solches (an)erkennt.

Es scheint ein Widerspruch zu sein, dass die romantische Liebe etwas ist, das Sicherheit und Stabilität (Bildung eines Intimsystems) hervorbringt und gleichzeitig, etwas, das selbst von Unsicherheit (Probleme dieser Bildung) durchzogen ist. Gerade diese Gleichzeitigkeit wird in der Paradoxie der Liebessemantik beschrieben (Luhmann 1998, 67). Wie bereits erwähnt, ermöglichen symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien in Luhmanns Systemtheorie unwahrscheinliche Kommunikation und dadurch die Sicherstellung von (gesellschaftlichen) Systemen (ebd., 21). Überträgt man das auf das Kommunikationsmedium *Liebe* und das System *Intimität*, findet sich dieser Widerspruch bereits in der Grundlagentheorie wieder. Luhmann geht überhaupt davon aus, dass die romantische Liebe und das Bilden von Intimsystemen etwas sehr Unwahrscheinliches ist, etwas wahrscheinlich Unwahrscheinliches oder ein Ausnahmephänomen (1998). Ich möchte diesem vermeintlichen Widerspruch noch ein bisschen Raum geben, indem ich erneut auf die Paradoxie der Liebessemantik eingehe und ihn darin auflösen werde.

Bevor die Liebessemantik von der Paradoxie getragen wurde, wird sie durch Ideale angeleitet, wie zuvor beschrieben. Liebe war klar definiert und vorgegeben (Luhmann 1998, 57f) und die Ehe die Vollendung der Liebe. Mit dem Aufbrechen und z.B. dem Exzess veränderte sich die Liebessemantik jedoch in Richtung Paradox. Nicht Ideale geben Liebe mehr vor, sondern die Imagination (ebd., 62). Diese ist frei von einer Idealfigur und die Imagination ist der Raum, indem man dem/der Anderen das zuweist, was man sich selbst für dieses Gegenüber mit allen individuellen Wünschen und Sehnsüchten zuweisen möchte (ebd., 62). Es wird außerdem unmöglich, einen Liebesbeweis zu erbringen, da man sich weder sicher sein kann, ob er richtig kommuniziert wird, noch verstanden oder ob es die Person auch wirklich ernst meint. Was Luhmann damit anspricht, ist die *Inkommunikabilität* (ebd., 155). Luhmann beschreibt die Inkommunikabilität als etwas, das über die Einschränkung von gewissen Ausdrucksmöglichkeiten hinweggeht und ermöglicht, Sinn in Intimbeziehungen zu erhalten, ohne, dass dieser mitgeteilt werden muss bzw. dieser erlischt, sobald er mitgeteilt wird (ebd., 155). Die Ausdifferenzierung der Liebessemantik ermöglicht es damit paradoxerweise, Inkommunikabilität als Kommunikationsart in den Liebescode zu integrieren. Eine weitere Paradoxie ist z.B. das Einschließen von Negativem in die Semantik der Liebe, sodass auch *Hass* und *Leid* und *Trauer* und *Hoffen* und *Warten* Teil der Liebe wird (ebd., 34, 86). Es kann also weder richtig über Liebe geredet, noch kann sie konkret definiert werden. Und dennoch suchen die Individuen Halt in der Verschmelzung zu einem Intimsystem mit eigenem Operationsmodus. Denn die Semantik der Liebe schafft es, sich entlang der Probleme, die in der Gesellschaft aufkommen, auszudifferenzieren und darüber Codes zu erzeugen, die diese Probleme behandeln (ebd., 52).

Diese Widersprüche der Liebe finden sich auch heute noch, wie ich sie anhand der gleichzeitigen Entromantisierung und romantischen Steigerung des Liebesbildes oder der generellen Emotionalisierung und Rationalisierung von Gesellschaft ab der Moderne beschrieben habe. Liebe ist auf der einen Seite wichtiger für die Anerkennung des Selbst und die Individualität geworden, jedoch ist sie auch Ausgangspunkt größeren Leids, falls das Gelingen der Liebesbeziehung ausbleibt (Burkart 2018, 302). Online-Dating-Plattformen sollen z.B. das Finden und Eingehen von Liebesbeziehungen durch die große Auswahl erleichtern. Jedoch führt diese Methode der Partner:innensuche vor allem zur Illusion der Planbarkeit und Berechenbarkeit von Liebe und zur Konsum-Illusion. Diese müssen zwangsläufig mit Enttäuschung und Erwartungsdruck einhergehen, da wir uns von der Idee leiten lassen, die ‚perfekte‘ Person finden zu können und der Vorstellung, dass es in dem großen Pool immer eine noch bessere Person gibt, die man sich nach eigenem Ermessen raussuchen kann (ebd., 354f). Die romantische Liebe ist gekennzeichnet von diesen Widersprüchen (ebd., 317), aber als Teil dieser Liebesform halten sie Liebende nicht davor zurück ihr Glück zu suchen: „Die Sehnsucht nach Selbstverwirklichung in der Liebe gleicht einer Reise ins Zentrum der Sonne – faszinierend, aber gefährlich.“ (ebd., 4). Es verdeutlicht jedoch auch, wie wichtig z.B. die Gewissheit der Liebe und die Selbstbestätigung durch einen Liebesbeweis geworden ist.

2.1.4 Vom visuellen Liebesideal und der Liebe in einer digitalisierten Welt

Anknüpfend an die Theorie über Intimsysteme und die Semantik der Liebe von Luhmann möchte ich ein empirisches Beispiel für den Beweis der Liebe in den Blick nehmen. In der Logik von Illouz' Warencharakter und der Visualisierung von Liebe, benennt Mangione den *öffentlich inszenierten Heiratsantrag* (2014, 44) als etwas, das Liebe (nach außen) beweisen kann. Der Internetauftritt trifft sowohl die überhöhte Vorstellung des romantischen Liebesideals als auch den Wunsch nach einer Subjekt- (ebd., 44) und Individualbestätigung durch die Hervorhebung der eigenen Wahl eines ganz bestimmten Liebesobjekts, nämlich des/der Partner:in (Illouz 2012, 40). Es geht hier um die Inszenierung von Liebe und dem Heiratsantrag als Spektakel, das mit dem Slogan des utopischen Glücksversprechen wirbt. Der Fokus auf das Eheversprechen und der Liebe zwischen den zwei Personen als Grund dafür, das ganze Leben miteinander zu verbringen, tritt dadurch in den Hintergrund und der Konsum in den Vordergrund des Geschehens (Mangione 2014, 41). Der feine Unterschied des Heiratsantrags oder der Ehe als Liebesausdruck und (Selbst)Bestätigung eines Paares oder der *Inszenierung* und *Eventisierung* dieses Heiratsantrages ist das, was die Liebessemantik von heute ausmacht (ebd., 39).

Vannini versteht den Heiratsantrag als *symbolisches Ritual* (2004, 175), das vor anderen auf spektakuläre Art und Weise aufgeführt werden muss, damit es konsumierbar wird – für sich selbst

und für andere: „As production and consumption have expanded, mass communication has been transmitting to the public a visual idea of love as spectacle.“ (ebd., 171). Er definiert den Heiratsantrag als *Spektakel*, angelehnt an Goffmans Logik des Theaterstücks (2011), wonach dieser in einer Interaktion sozial ausgehandelt wird. Diese Art von Heiratsantrag kann folglich nur funktionieren, wenn es eine Kulisse gibt, die immer häufiger in der Öffentlichkeit gewählt wird wie z.B. in einem Sportstadion oder einem Einkaufszentrum (Vannini 2004, 178f) und damit auch das erforderliche Publikum anzieht (ebd., 180). Um in der Logik des Dramas von Liebe als Spektakel zu bleiben, braucht es außerdem einen Schock- oder Überraschungseffekt (ebd., 177) und bestimmte Güter wie beispielsweise Champagner oder rote Rosen (ebd., 180).

Eine weitere Variante dafür, wie Liebe durch Medien beeinflusst ist, aber auch neue Vorstellungen und Ideen darüber, was Liebe bedeutet generiert, ist die Online-Partner:innenvermittlung (Burkart 2018, 344). Diese ist in den letzten Jahren immer populärer geworden und gehört für Jugendliche heute schon ganz selbstverständlich zur Partner:innensuche dazu (ebd., 345). Unzählige Menschen nutzen die Online-Singlebörse, eine Schätzung aus den USA, beläuft sich auf 20-30 Millionen Personen im Monat (Illouz 2006, 115) und laut einer Umfrage von BITKOM (2009) sollen sich 2009 rund 1,3 Millionen Deutsche Lebenspartner:innen über das Internet gefunden haben (Skopek 2012). Als Folge der Tendenz zu mediatisierten Beziehungen, wird zwischen *Offline- und Online-Beziehungen* unterschieden (Burkart 2018, 345). Demnach unterscheidet sich die Partner:innesuche online von offline dahingehend, dass virtuelle Andere zu treffen, ein Selbst erfordert, welches selbstreflexiv ist (Illouz 2006, 117). Die Online-Singlebörse verlangt, sich mit eigenen Wünschen, Meinungen und der eigenen Identität auseinandersetzen (Burkart 2018, 350; Illouz 2006, 117) und diese auch artikulieren zu können (Illouz 2006, 117).

Im Internet, wo Schönheit und Körperlichkeit omnipräsent sind (Illouz 2006, 123), verbindet sich „intensiver Subjektivismus [...] mit einer Objektivation der Begegnungen durch die Technologie und die marktförmige Struktur der Seiten“ (ebd., 120). Die Prozesse der Selbstpräsentation sind geprägt von einem Selbst, welches sich in Kategorien des *Geschmacks*, der *Persönlichkeit*, der *Meinung* und des *Temperaments* konstruiert. Durch die Erstellung eines Profils wird diese Selbstdarstellung öffentlich und macht das private Selbst sichtbar. Das passiert mit Hilfe visueller Mittel, sodass das Internet zu einer „Textualisierung der Subjektivität“ beiträgt. Was für die Partner:innesuche daraus folgt, ist die Konzentration auf das eigene Selbst, welche die Einzigartigkeit schärft. Die Abfolge von Wissen und Anziehung dreht sich sozusagen um, sodass nun Wissen der Anziehung vorausgeht, die Begegnung unter der Prämisse der Wahl steht und die Entscheidung, die Partner:innesuche ins Internet zu verlegen, nicht ohne das Prinzip der Konkurrenz auf einem offenen Markt auskommen kann (ebd., 119f).

Zum einen verlangt die Technologie des Internets von einem Selbst, sich nach innen zu wenden und die eigene Einzigartigkeit hervorzuheben, aber zum anderen stellt es dieses Selbst damit öffentlich als eine Ware aus (ebd., 120). Die Selbstpräsentation, die auf *Impression Management* (Leary und Kowalski 1990) abzielt, ist nicht mehr auf ein spezifisches Publikum gerichtet, sondern auf abstrakte Andere (Illouz 2006, 122) und zum Zweck der Anbahnung von Intimbeziehungen kommodifiziert. Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag und das Online-Dating spiegeln „die Romantisierung der Waren und die Verdinglichung der romantischen Liebe“ wider (Illouz 2020, 53). Es lässt Überschneidungen sichtbar werden, an der die Liebe auf die ökonomische Sphäre des Konsums trifft und die visuelle Utopie der Liebe nicht nur durch Werbung und Filme ins Unermessliche steigert, sondern durch die Inszenierung von Liebenden selbst (Illouz 2020, 53). Die Utopie könnte dann durch die Selbstdarstellung und Inszenierung selbst produziert und reproduziert werden.

Anhand Goffmans dramaturgischem Ansatz sozialer Interaktionen wird in den folgenden zwei Kapiteln betrachtet, was dazu beiträgt, dass bildbasierte Social-Media-Plattformen den optimalen Ort für eine Darstellung solch eines Liebesbeweises und des Liebes-Selbst für diese Inszenierung und Darstellung eines Liebes-Selbst im Netz darstellt.

2.2 (Selbst)Darstellung

Wie oben beschrieben, wachsen Kinder und Jugendliche heute mit dem Internet und Social Media auf. Neben einer durchgehend globalen *connectivity* (Vitelar 2019, 260) liegt das andere Hauptmerkmal der *Generation Z* – der heute 12-27-Jährigen (ebd., 262) - darin, *content creators* zu sein. Sie sind nicht zweck- oder grundlos auf Social-Media, sondern nutzen es, um Zugang zu bestimmten Ressourcen wie *soziale Verbindungen*, *Teilen kreativer Projekte* oder *Identitätsentwicklung* zu erhalten (ebd., 263).

Insgesamt sind ungefähr 62% der Weltbevölkerung online. Waren es 2020 noch 4,8 Milliarden Internetnutzer:innen (Stark und Kist 2020, 1138, zitiert nach Internet World Stats 2020) steigt die Anzahl 2022 schon auf über 5,3 Milliarden Menschen (Internet World Stats 2022), die bis zu 10 Stunden am Tag von textbasierten, auditiven und visuellen Medien Gebrauch machen (Breunig, Rühle und Worldt 2019, 64 zit. nach Stark & Kist, 1138). Sämtliche Lebensbereiche sind von Medien durchdrungen (Stark und Kist 2020, 1138). Die sogenannte Medienkonvergenz, die durch das Internet als Schaltzentrale etabliert wurde, eröffnet neue Kommunikations-, Unterhaltungs- und Informationsräume. Es ändert sich nicht nur die Art und Weise, sich auszutauschen oder Informationen zu erhalten und zu generieren, sondern auch, wie wir unseren Alltag oder unsere Beziehungen gestalten (Stark und Kist 2020, 1139; Kramer 2016, 29; Van Dijck 2008, 57; Hogan 2010, 377). Was daraus folgt ist eine Verlagerung des Sozialen in den

Onlinebereich bzw. eine Wechselwirkung zwischen online und offline. Denn die Unterscheidung von online und offline wird aufgrund der permanenten Vernetzung hinfällig (Stark und Kist 2020, 1138; Jurgenson 2019, 68).

Das Smartphone wird zu einer ständigen Begleitung und einer Art Persönlichkeitsausdruck (Stark und Kist 2020, 1140). Als *content creators* (Vitelar 2019, 263) stehen die User:innen nicht mehr im Zentrum der reinen Konsumation, sondern werden mehr und mehr selbst Produzierende der (sozialen) Medien (Stark und Kist 2020, 1140f). Alle Themen, die dort ausgehandelt werden, produzieren nicht nur einen Inhalt, sondern auch eine Identität. Kramer zeigt dies z.B. anhand der körperlichen Inszenierung von Jugendlichen (2016). Der Körper stellt einen wichtigen Bezugspunkt für Jugendliche dar, Identität zu bilden. Wenn sie körperliche Selbstinszenierung erproben, nehmen sie dabei die Körperbilder zum Vorbild, die ihnen unter anderem über das Internet vorgeführt werden. Sie ahmen diese nach, probieren sich aus und produzieren über eigene Selbstporträtierungen wiederum neue Körperbilder (Kramer 2016, 32). Auch Van Dijck erkennt ein solches Verhältnis von Identität und dem Gebrauch digitaler Fotografie: „[...] individuals articulate their identity as social beings not only by taking and storing photographs to document their lives, but by participating in communal photographic exchanges that mark their identity as interactive producers and consumers of culture.“ (2008, 63). Diese Logik des gleichzeitigen Produzierens und Konsumierens (*prosumption*)⁴ bindet das Individuum in das gegenwärtig kapitalistische Gesellschaftssystem ein, wo „Gefühle verstärkt zu einer Quelle ökonomischer Wertschöpfung“ (Dröge und Voirol 2013, 185) werden und das Individuum gleichzeitig in ein emotionales und ökonomisches Denken verstrickt wird (Illouz 2012, 24).

Um die Selbstdarstellung auf Social-Media untersuchen zu können, braucht es eine theoretische Rücklage, die ich im Folgenden anhand Goffmans dramaturgischen Ansatz der Interaktion bereitstellen werde. Ich werde zuerst auf Grundbegriffe eingehen, welche die allgemeine Darstellung betreffen und über die ritual-ähnliche Darstellung auf eine Darstellung überleiten, die Ähnlichkeit mit einer Selbstdarstellung aufweist, die anhand von Bildern inszeniert wird. Abschließend werde ich die Annahmen Goffmans der sozialen Interaktion - die den Rahmen für eine Inszenierung des Selbst bildet - anhand des Selfies exemplarisch auf den Social-Media-Raum übertragen, wo das Bild zum Kommunikationsmedium von (Selbst)Darstellung wird und die Darstellung zum Ort, an dem sich visuelle Kommunikation abzeichnet.

⁴ *Prosumption* meint die die Tendenz, dass sich Konsumierendenrolle und Produzierendenrolle zunehmend vermischt bzw. zu einem verschmilzt. Dröge und Voirol machen das anhand Online-Dating fest, wo Personen das Produkt der Dating-Software käuflich erwerben, um emotionale Erfahrungen zu machen, die Nutzer:innen jedoch im Endeffekt selbst diese emotionalen Beziehungen herstellen (müssen) und nicht die Plattform. Sie übertragen dieses Geschäftsmodell außerdem auf anderen Plattformen - wie z.B. Twitter, YouTube oder Facebook - die die gleichen Mechanismen genießen? nicht eher „nutzen“? und die Nutzer:innen selbst die eigentlichen Inhalte herstellen (Dröge & Voirol 2013, 186f).

2.2.1 Goffman: Der Dramaturgische Ansatz der Interaktion und Grundbegriffe

Goffman sieht den *dramaturgischen Ansatz* neben der *technischen, politischen, kulturellen* und *strukturellen* Perspektive als weiteres Ordnungsprinzip für verhältnismäßig geschlossene Systeme, wie unsere Gesellschaft eines darstellt (Goffman 2011, 218f). Er versteht die Welt unter dem Gesichtspunkt der (ritual-ähnlichen) Darstellung (Goffman 1981, 10) und der Eindrucksmanipulation bzw. Signalwirkung (ebd., 9). Mit dem Titel *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag* (2011) eröffnet er die Analogie der sozialen Interaktion mit dem Theaterspielen, die eine Beschreibung von *Darsteller:innen* (Goffman 2011, 19f), einem *Publikum* (ebd., 19; 117), *Requisiten* (ebd., 23), einem *Bühnenbild* (ebd., 23; 25), und *Rollen* (ebd., 18; 117f) ermöglicht. Diese machen im Zusammenspiel auf der Bühne, der sozialen Situation, den Erfolg oder Misserfolg der Darstellung aus. Ziel ist es, einen bestimmten Eindruck bei einem Gegenüber zu erzeugen. Goffman bezeichnet Darstellung dabei als das Gesamtverhalten eines Individuums, das es „in Gegenwart einer bestimmten Gruppe von Zuschauern zeigt und das Einfluß [!] auf diese Zuschauer hat.“ (ebd., 23). Es geht darum, sich selbst zu inszenieren und die Rolle so zu spielen, dass man die unzähligen Deutungs- und Interpretationsmöglichkeiten möglichst minimieren und kontrollieren kann, die eine soziale Situation zulässt (Houben 2018, 6f). In dem Sinne greift er auch auf die Bedeutung des Wortes *Person* zurück, welches ursprünglich *Maske* bedeutete und verweist damit wiederum auf das Rollenspiel und die Annahme, dass alle überall und immer eine Rolle spielen, die schließlich als das eigene Selbst angenommen wird: „Wir kommen als Individuen zur Welt, bauen einen Charakter auf und werden Personen.“ (Goffman 2011, 21).

Jedoch ist eine *erfolgreiche Rolleninszenierung* (Goffman 2011, 189) kein leichtes Unterfangen. In einer Interaktion reicht es nicht aus, dass die Darstellenden einen gewissen Eindruck vermitteln wollen. Die Umstehenden müssen diesen erkennen und bestätigen, sodass die Handlungen und die gesamte soziale Situation an sich nicht ohne eine gewisse kulturelle und soziale Einbindung auskommen. Voraussetzung ist ein gemeinsamer Rahmen, der in jeder Situation wieder hergestellt werden muss (ebd., 217) und welchen die Selbstdarstellung als notwendiges Element menschlichen Lebens nach bestimmten Regeln und unter bestimmter Kontrolle konstituiert (Dahrendorf in Goffman 2011, VIII). Eine Interaktion kann nicht losgelöst von gesellschaftlichen Strukturen oder einem Kontext betrachtet werden (Houben 2018, 8). Das bedeutet, sich angemessen im Sinne der eigenen Identität und der spezifischen Situation zu präsentieren (Goffman 2011, 10f). So kann es z.B. unangemessen sein, wenn sich ein Liebespaar öffentlich in der Arbeit vor Kolleg:innen küsst, jedoch nicht privat vor Freund:innen zu Hause. In diesen ständigen Interaktionen, also wechselseitigem Einfluss der Anwesenden und den Präsentierenden des Selbst, steht die Identität immer wieder auf dem Spiel und die Inszenierung eines Selbst ist gleichsam abhängig von seiner *Darstellung*, der Hinterbühne mit *Geräten*, der

Vorderbühne⁵ mit feststehenden *Requisiten*, dem *Ensemble* auf der Bühne und dem *Publikum* (ebd., 231). Der Erfolg der Rolleninszenierung wird vor allem an den nicht vorhandenen Störungen gemessen, die die Interaktion zu einer fortwährenden Gefahr postulieren und die Mitwirkenden jederzeit dem Risiko ausgesetzt sind, Peinlichkeit zu erfahren und gedemütigt zu werden: „Vielleicht ist das Leben kein Glücksspiel, aber die Interaktion ist es.“ (ebd., 222).

Zwar stehen sowohl die Interaktion, das Selbst und/oder die soziale Struktur auf dem Spiel, diskreditiert zu werden und Schaden zu nehmen (Goffman 2011 222), jedoch ist es vor allem das Selbst, das über die Darstellung transportiert wird und einen erfolgreichen Auftritt hinlegen soll, ohne das Gesicht zu verlieren (ebd., 230). In unserer Gesellschaft wird das Selbst und die Rolle, die man spielt, meist als *Selbst-als-Rolle* gleichgesetzt sowie als etwas, das im Körper festgeschrieben ist. Es ist jedoch wichtig, wie Goffman beschreibt es beschreibt, gerade nicht anzunehmen, dass dieses Selbst, diese Rolle im Körper manifestiert ist, sondern als etwas Hochsoziales, das sich in einer Situation konstruiert. Es entspricht dann nicht der besitzenden Person, sondern „[...] der Gesamtszene seiner Handlungen [...]. Eine richtig inszenierte und gespielte Szene veranlaßt [!] das Publikum, der dargestellten Rolle ein Selbst zuzuschreiben, aber dieses Selbst ist ein Produkt einer erfolgreichen Szene, und nicht ihre Ursache.“ (ebd., 231). Es geht Goffman darum, die Macht der (sozialen) Situation und des Moments hervorzuheben. Denn, was von der Darstellung abzulesen ist, ist die Anpassung des Objekts an die derzeitige Situation: Sie ist situationsabhängig, aber nicht von der Situation determiniert (Goffman 1981, 8). Wir können uns z.B. vorstellen, dass eine Social-Media-Plattform wie Instagram den Rahmen einer bestimmten Situation schafft, in denen gewisse Darstellungen möglich sind und gewisse nicht, aber das Objekt trotzdem in diesem Rahmen entscheidet, welche Darstellung es wählt.

Grundsätzlich geht es beim dramaturgischen Ansatz nicht nur darum, das eigene Gesicht zu wahren, indem man sich angemessen im Sinn der eigenen Identität und der vorliegenden Situation verhält (Goffman 2011, 10f), sondern sich in gutem Licht zu präsentieren. Die überhöhte Ich-Darstellung erfolgt vor allem zeremoniell in Form von Urlaub, Ausflügen, Festen usw., die das Alltags-Ich übersteigen und dem Individuum Gelegenheit für einen ikonographischen Ausdruck⁶, „[...] der angeblichen Ordnung seiner Existenz [...]“ (Goffman 1981, 8) bietet. Die Folge daraus ist, dass es nicht nur einen Idealtypus einer Rolle gibt, die sich in der Kohärenz von Bühnenbild, Erscheinung und Verhalten vollendet, sondern überhaupt eine Idealisierung bzw. „[...] die Tendenz der Darsteller, beim Publikum einen auf verschiedene Art idealisierten Eindruck

⁵ Diese Differenz zwischen dem, was jemand tatsächlich präsentiert und der Vorarbeit, die für diese Präsentation geleistet wird, definiert Goffman als *Vorderbühne* und *Hinterbühne*. Goffman unterscheidet die Vorderbühne als den Ort, wo wir uns darstellen und die Hinterbühne, wo wir uns darauf vorbereiten in die Öffentlichkeit zu treten und lernen uns darzustellen (Goffman 1995, 99-105).

⁶ Der *ikonografische Ausdruck* bedeutet, das Gesehene begreifen zu können und in Worte zu fassen in dem Sinne, dass man Wissen aufgrund des Gesehenen abrufen kann. Ikonografischer Sinn bedeutet Inhalt des Wissens (Imdahl 1994, 301).

zu erwecken.“ (Goffman 2011, 36). Eine solche Tendenz haben beispielsweise Leary und Kowalski (1990) für die amerikanische Bevölkerung feststellen können, die jedes Jahr Unmengen an Geld für Kosmetik, Schönheits-OPs oder Diäten ausgibt, mit dem Ziel, sich anderen gegenüber attraktiver zu präsentieren (1990, 34). Je eher eine Interaktion dem vorgegeben Bild einer Gesellschaft entspricht, desto wahrscheinlicher wird eine erfolgreiche Rolleninszenierung. Das erklärt wiederum den Anspruch einer Idealdarstellung: „Der Einzelne wird sich also bei seiner Selbstdarstellung vor anderen darum bemühen, die offiziell anerkannten Werte der Gesellschaft zu verkörpern und zu belegen, und zwar in stärkerem Maße als in seinem sonstigen Verhalten.“ (Goffman 2011, 35). Denn eine aufeinander abgestimmte Darstellung produziert Sicherheit und Wertschätzung, die wiederum die Darstellung und den dramaturgischen Ansatzpunkt als Ordnungsprinzip verstehen lässt.

Diese Form der Darstellung verweist außerdem auf eine grundlegende Überlegung Goffmans, die vor allem in Bezug auf die Bildanalyse und den ikonographischen Ausdruck des Selbst wichtig wird. Denn wenn es darum geht, die anerkannten Werte der Gesellschaft mit einer Darstellung nicht nur zu verkörpern und zu belegen, sondern dies in einer überbetonten Weise zu vollziehen, werden damit die Werte der Gemeinschaft erneuert und bestätigt (ebd., 36). Goffman nennt dies ein *Ritual* nach dem Vorbild von Durkheim (1926 zit. nach Goffman 2011, 35f) und Radcliff-Brown (1931 zit. nach Goffman 2011, 35f). Er macht das Ritual damit zum Ausgangspunkt seiner Forschung der Selbstdarstellung und spricht deshalb auch von *ritual-ähnlicher Darstellung* (Goffman 1981, 10).

2.2.2 Goffman: Die ritual-ähnliche Selbstdarstellung

Die Idee der *ritual-ähnlichen Darstellung* führt Goffman in *Geschlecht und Werbung* (1981) weiter aus. In diesem Werk geht es um bildliche Darstellung in Reklame, genauer die Darstellung von Geschlecht. Zwar kann Instagram (als mein Untersuchungsfeld) nicht mit Reklame gleichgesetzt werden, jedoch geht es in der Beschreibung Goffmans primär um die Definition ritual-ähnlicher Darstellung allgemein, welche über Reklamebilder hinausgeht und deshalb auch für die Darstellung auf Social-Media zutrifft. Außerdem gibt es Hinweise darauf, dass Werbung und Instagram doch sehr ähnlich funktionieren und aufgebaut sind (ARTEde 2022).

Eine *Zeremonie*, deren einzelnes festes Element das Ritual ist (Goffman 1981, 8), erfüllt zwei Aufgaben: „[...] nämlich die Bestätigung fundamentaler sozialer Verhältnisse und die Darstellung elementarer Lehren über den Menschen und die Welt.“ (ebd., 7). Das Besondere daran, ist die verdichtete und idealisierte Darstellung, die das Alltags-Ich übersteigt und es hervorhebt. Durch die ritual-ähnliche Darstellung wird es den Betrachtenden leicht gemacht, den ikonografischen Ausdruck lesen zu können, weil er vereinfacht, übertrieben und stereotypisiert

dargestellt wird (ebd., 8f). Das kann z.B. eine Familie im Urlaub sein oder ein Liebespaar bei einem Candlelight-Dinner. Es geht dabei auch um die Fähigkeit, Zeichen und Symbole lesen zu können, wie es die *Lehre vom natürlichen Ausdruck* (ebd., 33) vorgibt, auf die ich nun in Bezug auf die soziale Einbettung von Darstellung eingehen werde.

Wir können von einer Darstellung zwar nicht auf eine Sozialstruktur rückschließen, jedoch ist sie sozial determiniert. Zum einen will ich an den idealisierten Eindruck erinnern, den Darstellende bei ihrem Publikum erwecken wollen. Zum anderen beschreibt Goffman die Schwierigkeiten, die mit der grundsätzlichen Annahme der *Lehre vom natürlichen Ausdruck* einhergehen: „Folglich glauben wir, daß [!] der Mensch ein weites Spektrum von Eigenschaften auszudrücken vermag [...]. Überlieferungen und Empfehlungen hinsichtlich dieser Zeichen, auch wie man sie vortäuschen und solche Vortäuschung durchschauen kann, gehören zur Volksweisheit.“ (ebd., 32). Ein Beispiel wäre, dass ich eine Person, die ich mit einem teuren Sportwagen sehe als reich kategorisiere. Goffman geht davon aus, dass die Personen einer Gesellschaft durchgehend auf Informationsausdruck und -verarbeitung aus sind und in allem ein Zeichen, ein Symbol zu erkennen meinen, welches sie zu lesen haben (ebd., 33). Ikonizität ist überall. Zeichen, welche die essenzielle Natur eines Objektes beschreibt und „[...] dieses dauerhaft, allgemein gültig und in seiner elementaren Struktur bezeichnet [...]“ (ebd., 33), nennt er *essenzielle Zeichen*. Die Geschlechtszugehörigkeit führt er als Prototyp dieses essenziellen Ausdrucks auf, die in jeder Situation mühelos ermittelt werden kann und zugleich die Charakterisierung von Menschen zulässt. Es verdeutlicht, wie im Alltag Zeichen gelesen werden und Personen automatisch z.B. nach Geschlechtszugehörigkeit klassifiziert werden.

Zum einen werden situationsgebundene Merkmale zum Ausdruck gebracht, sodass der Begriff des Wesens etwas gesellschaftliches ist, weil dieses sozial ausgehandelt wird. In einer Situation können von den Betrachtenden unterschiedliche Merkmale als relevant erachtet werden, wobei sie sich auf jene Eigenschaften konzentrieren, die es ihnen ermöglichen, das Objekt möglichst gut von anderen in der Umgebung abzugrenzen. Zum anderen ist das Ausdrucksverhalten weniger ein Instinkt als sozial gelernt und sozial geprägt. Auch ein Objekt zu sein ist sozial gelernt, dass man als Objekt einen bestimmten Charakter besitzt und wie man diesen zum Ausdruck bringt, aber auch, dass dieser den Träger:innen als natürlich erscheint (ebd., 35). Des Weiteren ergibt sich daraus, dass soziale Situationen nicht nur ein Anwendungsgebiet des natürlichen Ausdrucks liefern, sondern einen Ort darstellen, wo (vor)gespielt werden kann was gelernt wurde. Deutlich wird das am Beispiel des Geschlechterverhältnisses. Goffman ist radikal, wenn er sagt, dass es Geschlechtsidentität nicht gibt und dennoch bleibt er damit seiner dramaturgischen Perspektive treu. Er schreibt den Menschen vielmehr eine Portraitkunst der Geschlechtszugehörigkeit zu, weil es eben etwas Soziales ist, das uns beigebracht wird: „Worin die menschliche Natur von Männern und Frauen in Wirklichkeit besteht, ist also ihre Fähigkeit,

Abbilder von Männlichkeit und Weiblichkeit entwerfen und verstehen zu lernen, sowie die Bereitschaft, bei der Darstellung solcher Bilder nach einem Plan zu verfahren [...]“ (ebd., 37).

Er unterstellt dem gemeinsamen Ausdruck und dem kollektiv geteilten Wissen (über Geschlechtszuordnung) rein soziale Funktion, die sich vor allem darin bestätigt, dass die Menschen an ihre Realität glauben: „Der Umstand, daß [!] viele ‚Geschlechter-Eigenschaften‘ übereinstimmend in die gleiche Richtung weisen, zeigen uns vielleicht nur, wie diese Zeichen sozial funktionieren – nämlich indem sie den Glauben stützen, daß [!] der Geschlechtszuordnung eine tiefere Realität zukomme. Nichts aber beweist zwingend, daß [!] wir, falls wir diese Bilder ankratzen oder hinter sie blicken, etwas zu finden erwarten dürfen – außer natürlich der Versuchung solche Erwartungen zu hegen.“ (ebd., 42). Die soziale Funktion ist daraus folgend Sicherheit, die die Beteiligten durch wechselseitige Bestätigung innerhalb einer Gesellschaft erfahren und damit wiederum reproduzieren.

Was ich an die Lehre des natürlichen Ausdrucks anschließen möchte und ebenfalls Ausdruck gesellschaftlicher Anerkennung darstellt, ist die *Hyper-Ritualisierung*. Goffman definiert die Hyper-Ritualisierung folgendermaßen: Wenn eine Darstellung zum festen Bestandteil einer bestimmten Handlungsfolge geworden ist, kann ein Teil dieser Folge vom Kontext losgelöst zitiert werden. Diese Handlungsfolge wird in einem anderen Rahmen imitiert und dennoch kann sie als Ganzes erfasst und verstanden werden. Dazu gehören z.B. Szenen, wie sie in der Reklame abgebildet werden (ebd., 17f). Die Abbildung in der Reklame erfolgt in solch einer übertriebenen, standardisierten und vereinfachten Weise, dass das Bild auch ohne den Kontext, den ‚richtigen‘ Ausdruck hinterlassen kann (ebd., 327f). Was könnte es z.B. bedeuten, wenn ein Mann vor einer Frau ohne irgendeinen Kontext oder Hintergrund kniend abgebildet wäre? Der *öffentlich inszenierte Heiratsantrag* (Mangione 2014) kann dahingehend als Hyper-Ritualisierung definiert werden, weil er das Ritual des Heiratsantrages übertrieben und verdichtet abbildet, der auch in anderen Kontexten als solcher (an)erkannt wird. Ein Beispiel stellt der Heiratsantrag bei einem Basketballspiel (ebd., 48) unter den Augen von tausenden Zuschauer:innen dar oder wenn er im Internet im Nachhinein online abrufbar ist (ebd., 40). Der Heiratsantrag wird vom Kontext losgelöst zitiert und kann trotzdem als solcher erfasst werden.

Goffman interessiert sich deshalb für Bilder bzw. Reklamebilder, weil die Darstellung auf Bildern der Darstellung von Ritualen ähnelt und oft sogar als Hyper-Ritualisierung vorkommt, also als Standardisierung, Übertreibung und Vereinfachung in verdichteter Form des Rituals erfolgt (Goffman 1981, 327). Der Kontext wird damit weniger relevant und lässt sich beliebig übertragen, aber der ikonografische Ausdruck bleibt weiterhin als solcher lesbar. Auch die Idealisierung, die in der grundsätzlichen Idee der Darstellung (Goffman 2011, 35f) eine Rolle spielt, um den gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht zu werden und Bestätigung zu erfahren, findet sich in verdichteter Form durch redaktionelle Bearbeitung wieder, wie sie bei

Reklamebildern zur Anwendung kommt: „Ein Reklamefoto ist eine Ritualisierung sozialer Ideale, aus der alle Vorgänge und Bedeutungen, in denen das Ideal nicht präsent ist, fortgelassen – gewissermaßen aus dem Sichtbar-gemachten herausredigiert – wurden.“ (ebd., 327).

Analog zu dem Selbst, welches sich z.B. durch eine Schönheits-OP attraktiver für andere machen will, steht das digitale Selbst, das sich auf Bildern darstellt, wie z.B. auf Social-Media. Es präsentiert sich unter anderem fitter, besser aussehend, und durch Filter manipulierte Bilder (Bullingham und Vasconcelos 2012, 3). Individuen auf Social-Media tendieren dazu, sich eine Wunschidentität zu erschaffen. In vereinfachter Form ist die ritual-ähnliche Darstellung eine Art der Kommunikation, und zwar eine mit *Signalwirkung* (Goffman 1981, 9) oder auch *Impression Management* (Leary und Kowalski 1990). Es verleitet Individuen dazu einen „Augenblick gesellschaftlicher Blüte“ abzulichten, weshalb sie geneigt sind, ihr „vorteilhaftes Aussehen als typisch für sich selbst aufzufassen. Diesen Augenblick [können sie] konservieren [...], als Zeugnis, Beweis und Abbild dessen, was [sie] selbst gesellschaftlich einmal darstellte und folglich immer noch darstellt.“ (Goffman 1981, 47). Problematisch daran ist, dass sich die utopischen Vorstellungen und Werte auf eigene Vorstellungen und Werte übertragen und das, was abgelichtet wird, „geläufiger Bestandteil der Ideale und Phantasien vieler wirklicher Menschen“ werden kann (Goffman 1981, 88). Die Welt der Fotografie scheint zwar nicht real zu sein, jedoch erschafft sie sehr wohl Realität. In dem Sinne stellt sich dann bei der Selbstdarstellung z.B. in Form eines Fotoalbums nicht die Frage, wie wirklichkeitsgetreu oder typisch die „Aufnahmen etwas darstellen, sondern ob sie zu den imaginären Bildern führen, die man von sich und seiner Vergangenheit hat und haben will“ (Breckner 2013, 162).

Obwohl gestellte Bilder oft mit dem Anspruch auf Wirklichkeit zu ringen haben, stellt ihre Untersuchung für Goffman demnach etwas sehr Reales dar (1981, 119). Denn diese Bilder entsprechen Abbildungen von Ritualen und damit auch dem sozialen Rahmen einer Gesellschaft, und zwar in solch ausgeschmückter Weise, dass man nicht umhinkommt, den Ausdruck des Bildes in einem Blick zu verstehen: „Im großen [!] und ganzen [!] kreieren die Reklame-Designer nicht die ritualisierten Ausdrucksweisen, mit denen sie arbeiten. Sie benützen offenbar das gleiche Repertoire von Darstellungen, das gleiche rituelle Idiom, dessen wir alle uns bedienen, die wir an sozialen Situationen partizipieren – und zu dem gleichen Zwecke: nämlich, die flüchtig wahrgenommenen Aktionen verständlich zu machen. Allenfalls konventionalisieren die Reklameleute unsere Konventionen, sie stilisieren, was bereits eine Stilisierung ist, und machen leichtfertigen Gebrauch von etwas, was bereits weitgehend von den Kontrollen durch seinen Kontext abgeschnitten ist. Ihre Hypokrisie ist die Hyper-Ritualisierung.“ (ebd., 328). Was auf einer Reklame zu sehen ist, ist also nicht nur direktes Abbild und eine flüchtig wahrgenommene Aktion verständlich zu machen, sondern auch eine ritualisierte Ausdrucksweise, die in unser Gesellschaftssystem eingebunden ist.

Zusammengefasst ist die Selbstdarstellung etwas, das mit dem Zweck der Eindrucksmanipulation und Selbstbestätigung sozial ausgehandelt wird. Die ritual-ähnliche Darstellung ist deshalb von Relevanz, weil sie eine idealisierte und übertriebene Form dieses Selbst darstellt, welche das Selbst dadurch noch einfacher und klarer abzeichnet. Mit Goffman ist es möglich eine Brücke zu schlagen zwischen dem theoretischen Konzept von ritual-ähnlicher (Liebes)Selbstdarstellung und meiner Analyseeinheit des Bildes als geeigneter Ort und als geeignetes Material, diese verdichtete Form von Selbstdarstellung zu untersuchen (ebd., 46). Denn Goffman fokussiert auf das „soziologische Wissen unseres Auges“ (1981, 108). Das bedeutet Wissen, das im ‚Augenblick‘ einen Unterschied macht, sodass „wir Dinge, Ereignisse und Personen einschätzen“ (Müller 2018, 95). Es spielt keine Rolle, was wir sehen – in dem Sinne, ob es in einer direkten oder physischen Interaktion offline oder auf einem Screen online stattfindet - so lange das, was wir sehen, unsere Wahrnehmung und folgende Handlung beeinflusst. Ich möchte deshalb im letzten Abschnitt dieses Kapitels darauf eingehen, wie sich die Selbstdarstellung im visuellen Bereich von Bildern verhält bzw. wie Bilder zu einem Teil der Selbstdarstellung geworden sind und in dem Zuge auch, wie sich die persönliche Selbstdarstellung im privaten Bereich in den öffentlichen Raum des Internets und Social-Media-Plattformen verlagert hat und welche Konsequenzen das wiederum auf die Praktiken der Selbstdarstellung selbst hat.

2.2.3 Vom Bild als Kommunikationsmittel und der Selbstdarstellung in einer digitalisierten Welt

Mit der Verlagerung der Selbstdarstellung in den öffentlichen Raum von Social-Media-Plattformen meine ich besonders den veränderten Gebrauch von (digitalen) Fotos. Durch die Etablierung von neuen Informations- und Kommunikationstechnologien nimmt die Digitalisierung sozialer Interaktion zu, räumliche und zeitliche Grenzen des Sozialen werden aufgehoben und „bringen stetig neue Formen der Interaktion und Vergemeinschaftung hervor“ (Houben 2018, 4). Die *ko-präsente Interaktion* im klassischen Sinne nimmt ab, wobei die Bedeutung von Körper und Beziehungen dafür zunimmt und *ko-referente*, also digitale Interaktionsformen zum natürlichen Repertoire der Interaktionspraktiken werden, die neben ko-präsenten Interaktionen stattfinden (ebd., 17). Diese Interaktionspraktiken schließen Bildpraktiken mit ein, die keine Gleichzeitigkeit der Anwesenheit verlangt und nicht Face-to-Face verlaufen muss. Es ist eine Zeit, in der Fotografie mit außergewöhnlicher *Verbundenheit*, *Omnipräsenz* und *Mobilität* assoziiert wird (Gómez Cruz & Meyer 2012, 217). Vom Foto zum *social photo*⁷ (Jurgenson 2019,

⁷ Unter *social photo* versteht Jurgenson eben keine künstlerisch oder professionell hergestellte Bilder, sondern Bilder des Alltags, die schnappschussartig zum Zweck der Kommunikation in sozialen Netzwerken verbreitet werden. Diese Schnappschüsse sollen Einblick geben in den eigenen Alltag und können z.B. Bilder von *Essen*, *Sport*, *Reisen* oder *Konzerten* sein. Merkmal ist, dass sie sich rasch und günstig herstellen lassen und dadurch für die meisten Menschen auf der Welt als Form der Sozialkommunikation und Form der Selbstinszenierung zugänglich wird (2019, 5-8).

54), wobei Fotografien als Wissens- und Verständnishintergrund sozialer Interaktionen fungieren, welche die Selbstdarstellung und Anschauungsgewissheit erst ermöglichen.

Erweiterung leiblicher Darstellung durch medientechnische Darstellung

Sozialkommunikation, die normalerweise Face-to-Face geschieht, kann interaktionslogisch demnach ebenfalls über Fotos wie auf Social-Network-Sites oder Instant-Messenger vollzogen werden (Müller 2018, 95; Houben 2018, 17). Fotografische Bildcluster erzeugen den gleichen Output wie Face-to-Face-Interaktionen oder man könnte auch sagen, dass sie eine gleichermaßen bedeutungsgeladene Wirkweise von Gesehenem oder zu Sehendem auf Sehende haben. Eine Face-to-Face Situation umfasst das mikroökologische Zusammenspiel von Körpersprache, Verhaltensstil und Umweltgegebenheit (Gesehenes oder zu Sehendem), woraufhin das soziale Gegenüber (der/die Sehende) seine Einschätzung überprüft, korrigiert und verfeinert (Müller 2018, 105). Die Wahrnehmung des sozialen Gegenübers stellt den Output dar, welche auf komplexe Details gelenkt wird. Genauer stellt es eine Anschauungsgewissheit (*Eindrucksmanipulation*, Goffman) dar, die bei den Betrachtenden erzeugt werden soll. Diese Anschauungsgewissheit erfolgt bei Fotografischen Bildclustern auf ähnliche Weise. Sie wird über die Bildaufnahmen und Anordnung der Bilder erreicht (Müller 2018, 105), wobei durchaus auch mikroökologische Beziehungen innerhalb der Bilder wie die Aufstellung nach Größe oder Körperkontakt eine Rolle spielen (Goffman 1981, 67).

Was Bilder dadurch erreichen können, ist eine vergleichbare Wahrnehmungslenkung des sozialen Gegenübers. Aufgrund dieser Einschätzung können die Bilder zur Voraussetzung werden, um weitere soziale Austauschbeziehungen aufzunehmen, aufrechtzuerhalten oder abubrechen. Beiden (Face-to-Face/ko-präsent und fotovermittelt/ko-referent) liegt zugrunde, dass sie zum Ziel haben, „eine evidente und belastbare Vorstellung vom jeweiligen Gegenüber zu gewinnen.“ (Müller 2018, 105). Zwar kann unterschieden werden, dass bei Fotografien die expressive Kontrollierbarkeit im Vordergrund steht und bei einer direkten Interaktion der spontane Körperausdruck (ebd., 105), es kann jedoch klar aufgezeigt werden, dass die soziale Anschauungsgewissheit, die der Selbstdarstellung zugrunde liegt, auch bildmedial realisierbar ist. Die Notwendigkeit von Anwesenheit (gegenseitige körperliche Präsenz), wie Goffman sie als Voraussetzung von Interaktion einst postuliert hat (2011), kann mit Hirschauers Hinweis auf die Materialität von Medien durch Artefakte (2014, 119) erweitert werden, die diese Individuen nutzen. Das macht Artefakte wie Fotos und damit nicht nur leibliche, sondern auch medientechnische *displays* (Darstellungen) zum Ausgangspunkt solch materialer Analysen (Müller 2018, 108) und ergänzt die *Kommunikation unter Anwesenden* (Kieserling 1999, 26), die ich im abschließenden Theoriekapitel ausführen werde.

Von der Fotografie als Erinnerung zur Fotografie als Kommunikation

Was sich im Gebrauch der Fotografie seit den 1990er Jahren (Van Dijck 2008, 60) geändert hat, ist eine Abwendung von Fotos als *Erinnerung* und die Hinwendung zu Fotos als Möglichkeit der *Kommunikation* und *Erfahrung*, bis hin zur *Identitätsentwicklung* (Van Dijck 2008, 57; Kramer 2016, 29). Im Zuge des komplexen technologischen, sozialen und kulturellen Wandels (Van Dijck, 59) haben sich digitale Kameras (ebd., 58), Kamera-Handys (ebd., 61) und Smartphones (Kramer 2018, 29) oder auch Tablets (Houben 2018, 4) durchgesetzt, die internetfähig sind und somit Social-Media-Angebote wie z.B. *Whatsapp* oder *Facebook* (ebd., 4f) schnell und einfach nutzbar wurden (Kramer 2016, 29). Daraus resultiert eine visuelle Selbstpräsentation, die sich vor allem den Jugendlichen fast aufzwingt, welche in diesem Zuge „alltäglich mit und über Fotografien“ kommunizieren (ebd., 29). Beim Fotografieren, eine Art ‚Doing-Fotos‘ geht es nicht mehr darum, besondere Momente des Feierns oder des Familienlebens festzuhalten, wie es die Funktion der Fotoalben war - einem familiären Gebrauch, der ein Stück Familienleben und Zugehörigkeit konstituierte (Van Dijck 2008, 60). Sondern es geht nun um einen *Erfahrungsaustausch* anstatt eines *Erinnerungsaustausch* und um eine *Selbst-Präsentation* anstatt einer *Familien-Repräsentation*: „[...] from family to individual use, from memory tools to communication devices and from sharing (memory) objects to sharing experiences.“ (ebd., 60).

Das Foto als Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchung wird in neuer Art und Weise relevant, weil man sowohl nach dem Wesen der Fotos als auch nach dem Wesen der Welt fragen kann. Die Fotografie schafft eine Welt mit eigenen Regeln und Konventionen (Goffman 1981, 86), die es zu untersuchen wert ist. Was mit Fotos festgehalten wird, sind nicht mehr rituelle und zeremonielle Momente, wie sie auch Goffman definiert (ebd., 8), sondern vor allem alltägliche Erfahrungen, die zum Kommunikationsaustausch verwendet werden (Van Dijck 2008, 60). Dabei wird das Fotografieren und die neue Art der (Selbst)Darstellung zu einem eigenen *performativen Ritual* (Van Dijck 2008, 61) oder in Goffmans Worten: zu einem *Kult des Selbst* (Goffman 1981, 46). Es zeichnet sich außerdem ab, dass die Verwendung der Fotos mehr und mehr zu einer visuellen Sprache wird und sich in der Gesellschaft als neue Währung für soziale Interaktion etabliert. Der Wert der visuellen Kommunikation steigt und Fotos sind nicht (mehr) dafür gemacht, aufbewahrt zu werden: „A thousand pictures sent over the phone may now be worth a single word: ‚see!‘ Taking, sending and receiving photographs is a real-time experience and, like spoken words, image exchange are not to meant to be archived“ (Van House et al., 2005 zit. nach Van Dijck 2008, 62).

Identitätsbildung und Manipulation

Neben der Tatsache, durchgehend verbunden zu sein und zu kommunizieren, hat das Internet und Social-Media User:innen kompetitiver gemacht (Vitelar 2019, 257). Die Selbstdarstellung hat

damit einen besonderen Stellenwert bekommen, weil sie Ausdruck der Individualität geworden ist, die es

Ermöglicht, gegenüber anderen im unendlichen Raum des Internets hervorstechen und (persönlichen oder beruflichen) Erfolg oder Einfluss zu haben (Vitelar 2019, 259). Denn ob es jemand will oder nicht, durch die Online-Präsenz und den daraus resultierenden digitalen Informationen, entwickeln sich ein gewissen Eindruck, der im Netz hinterlassen wird (Labrecque et al. 2011 zit. nach Vitelar 2018, 260). Vitelar spricht dabei auch von *brand* (2018, 260), weil er die Selbstdarstellung als Arbeit in das kapitalistische Denken von Konkurrenz und Erfolgchancen eingliedert, sodass der Wert eines Menschen sich darin bemisst, wie hoch sein Marktwert ist (Burkart 2018, 301). Jedoch sind die Mechanismen der Eindruckskontrolle einer Selbstdarstellung die gleichen: “[...] the key to making a difference through social media is being proactive about how you present yourself, thereby, influencing the information people find” (Smith 2018, 25 zit. Nach Vitelar 2018, 260). Die Aufgabe der Instagram-User:innen werden dann vergleichbar mit der Aufgabe der Gesellschaft, sozialen Situation rituellen und zeremoniellen Ausdruck zu verleihen, wenn sie den Wert ihres Produkts dramatisch darstellen: „Beide nutzen die beschränkten ‚visuellen‘ Mittel, die in sozialen Situationen verfügbar sind, um eine Geschichte zu erzählen.“ (Goffman 1981, 116). Es scheint, als würden Bilder gesellschaftliche Verhältnisse produzieren und reproduzieren, als wäre die Einzelperson Konsumentin und Produzentin von Darstellung zugleich, als wären Bildpraktiken in der heutigen Zeit die Zuspitzung eines Kultes des Selbst.

Da soziale Fotografie auf Sichtbarkeit aufbaut, ist dabei nicht aus dem Blick zu verlieren, dass sie geschlechtsspezifisch und stigmatisierend ist und hier ebenfalls einen sozialen Rahmen konstruiert, der vorgibt, was erlaubt und was nicht erlaubt ist (Jurgenson 2019, 58). Diese Interaktionsordnung (Houben 2018, 8) als sozialer Rahmen muss immer wieder neu hergestellt werden und die soziale Fotografie kann dann ebenfalls als Ort verstanden werden, wo dem Selbst Regel- und Verhaltenssysteme auferlegt werden (Jurgenson 2019, 59).

Fotos stellen neben diesem Versuch der Individualisierung auch deshalb Identitätsarbeit dar, weil sie als Reflexion dienen, über das Selbst nachzudenken, als eine Entscheidung, sich an das zu erinnern, was im Bild festgehalten wird und überhaupt als Erinnerung, sich für dieses oder jenes Foto entschieden zu haben (Jurgenson 2019, 54; Kramer 2016, 35). Ein Beispiel für diese Mechanismen wäre die Online-Singlebörse (Illouz 2006, 117). Aber auch Plattformen wie Instagram oder Facebook bieten User:innen eben diese Möglichkeiten und Tools des *personal branding* und Selbstdarstellung so individuell zu gestalten, wie sie wollen (Vitelar 2018, 257). Ihr *Online-Selbst* (Bullingham & Vasconcelos 2012, 2) oder *digitales Selbst* ist dabei immer zu denken als ein Teil des Selbst, das auch in anderen offline Kontexten existiert (ebd., 2). Die Fotografie hilft, das Selbst über Zeit oder Raum hinweg mit dem zu verknüpfen, was es war, ist oder sein wird und

sein will (Jurgenson 2019, 54). Deshalb sind Manipulation und Bearbeitungsmöglichkeiten in Form der Ästhetisierung und Idealisierung, welche die Fotos auf Social-Media erfahren, nicht verwunderlich. Dadurch wird ein *neues Selbst* ermöglicht (Bullingham & Vasconcelos 2012, 2), welches wiederum Einfluss auf die persönliche Identität hat. Manipulationen wie Farbverstärkung, Lippengröße, Hautfarbe oder Gesichtsverschönerung sind somit integraler Bestand von Alltagsfotografie, nicht nur von Werbung (Van Dijck 2018, 66). Van Dijck argumentiert, dass die Akzeptanz dieses Gebrauchs nicht vom normalisierten Gebrauch des idealisierten Bildes des Selbst getrennt werden kann und das Potential der digitalen Fotografie dadurch zum ausgezeichneten Werkzeug der Identitätsbildung wird (2018, 67).

Selfie

Das Selbstportrait, das als *Selfie* derzeit eine omnipräsente Erscheinung in den Sozialen Medien darstellt, trägt diesen unverwechselbaren Inszenierungscharakter in sich, den die beschriebene Selbstdarstellung auf Social-Media erfordert (Kramer 2016, 30) und macht den laufenden Prozess der Identitätskonstruktion deutlich (Jurgenson 2019, 54). Im Umgang mit Selfies kommt die fotografische Praxis und der Upload des Fotos zusammen (Kramer 2016, 30), es wird zu einem externalisierten Blick von innen. Der Blickwinkel wird deshalb zu etwas Authentischen und Intimen, weil es scheint, als würde der menschliche Körper sich selbst betrachten und dem Blick im Spiegel ähneln (Jurgenson 2019, 55). Die abbildende Person entspricht der abgebildeten Person (Kramer 2016, 30). Bei einem Selbstportrait (Selfie) wird nicht nur das *Sujet*⁸ mit der persönlichen Identität des *Modells* gleichgesetzt (Goffman 1981, 64; 68) – wie bei einem klassischen Portrait – sondern *Sujet*, *Modell*, *Fotograf:in* und *redaktionelle Bearbeiter:in* sind ein und dieselbe Person: „Most photographs hide the photographer, whose subjectivity is usually conspicuously missing from the resulting image. The selfie undoes this photographic fourth wall, because the observer is observed. You all see me, the same me the me that I see and choose to share.“ (Jurgenson 2019, 56).

⁸ Das *Sujet* soll ein Charakter, ein Wesen oder eine Gestalt sein und das Modell Schauspieler:in oder materielles Vorbild, das dieses *Sujet* darstellt (Goffman 1981, 55ff). Die Malerei oder Zeichnung kommt im Gegensatz zur Fotografie auch ohne das materielle Vorbild aus. Wenn jemand für ein Portrait Modell sitzt, stimmen Modell und *Sujet* z.B. überein und das Modell entspricht der Wirklichkeit (ebd., 56). Wenn es jedoch um eine Fotografie geht, kann das Bild sowohl von dem *Sujet* als auch von dem Modell sein und somit wird das Verhältnis von *Sujet* und Modell bei einer Fotografie komplizierter: „mal verschmilzt sie *Sujet* und Modell, mal verbirgt sie den Unterschied, mal setzt sie die Unterscheidung voraus, und ganz allgemein läßt [!] sie uns glauben, wir hätten es mit dem einen Problem zu tun, während wir in Wirklichkeit vor einem anderen stehen.“ (ebd., 57). Das *Sujet* unterscheidet sich außerdem von einer *Szene* (ebd., 64) und damit von der Kategorie *Portrait*, die eben nicht eine Abfolge von Ereignissen darstellt, sondern eine bestimmte Gestalt. Der Hintergrund ist dabei eher flach und oft werden Natur oder Bildertapeten gewählt (ebd., 66).

Mit dem Selfie wird die Arbeit, die das Selbst in der Darstellung leisten muss, sprichwörtlich sichtbar wie nie zuvor - auch, wie das Selbst in der Soziologie seit langem verstanden wird (Jurgenson 2019, 57). Es stellt den gleichzeitigen Blick von innen und außen dar und die Selbsterzählung, die als durch Interaktion ausgehandelt und dynamisch gilt (Kramer 2016, 37). Das Selbst wird erkannt, indem die dritte Perspektive auf das Selbst eingenommen wird und das Selbst überhaupt erst durch die Möglichkeit der Reflexion und die Anwesenheit anderer, einem Spiegel oder einer Kamera existieren kann (Jurgenson 2019, 57): „[...] self-presentation through all visual media, including non-screen interactions is always a kind of self-portrait, a performance of the self, a self-fashioning. The self is always a selfie. The self is a mirror of this near constant production of identity.“ (Pearl 2016 zit. nach Jurgenson 2019, 57). Es macht sich außerdem eine zunehmende Verwendung der *Portalästhetik* bemerkbar (Müller 2018, 100). Dabei fungieren Bilder als kommunikatives Portal und werden überwiegend an kommunikativen Schlüsselstellen wie Profilbildern, insbesondere Selfies, verwendet (ebd., 100). Bilder mit dieser Form der Ästhetik bilden nicht nur die zu sehende Person ab, sondern thematisieren außerdem das Verhältnis von Beobachtenden und Beobachteten. Es entsteht ein kommunikatives Verhältnis zwischen abgebildeten Personen und Betrachtenden. Diese besondere Ästhetik gibt dabei außerdem zu verstehen, dass man „es hier mit einem visuellen Einblick in die Lebenswirklichkeit der portraitierten Personen zu tun hat.“ (ebd., 100). Kommuniziert wird folgend ein „Hier und Dort“ oder ein „Ich und Du“ (ebd., 100), wobei immer die personenspezifische Selbstdarstellung im Vordergrund steht. Mit der rhetorischen Form der Portalästhetik erfüllt das Bild die soziale Funktion jeweiliger Bildcluster, die das Bild als Teil der Selbstdarstellung anschlussfähig macht und aufgrund der Vermittlung einer dyadischen Struktur zu einem Medium der Sozialkommunikation definiert.

2.3 Zwischenfazit

Insgesamt zeigt sich, wie das Selbst auf einer Social-Media-Plattform wie Instagram hergestellt wird und das Zeigfeld (von Bildern) als erweiterter Interaktionsraum betrachtet werden kann (Müller 2018, 95). Bei diesen Plattformen, speziell Instagram als bildbasierte mobile Mediensoftware (Gunkel 2018, 97), geht es primär um die Selbstdarstellung, anhand der sich in der Öffentlichkeit präsentiert und das (Liebes)Selbst vor allem durch Bilder inszeniert wird.

Das Theatermodell von Goffman „ist aktueller denn je, das Medien-Theater blüht: Es gibt genug Mitspieler bei den zahllosen Formaten, es gibt genug Publikum“ (Burkart 2018, 363). Mit der Erweiterung durch das Medium der Fotografie wird der Dualismus von online vs. offline überwunden und davon ausgegangen, dass das Zeigfeld als Referenz sowohl im Web 2.0 als auch in der direkten Interaktion relevant ist, um soziales Wissen abzurufen: „Mit der Veralltäglicung

des Fotografierens und der Alltagspräsenz fotografischer ‚Bildcluster‘ kommt es nicht mehr nur darauf an, wie man sich in Anwesenheit anderer verhält, sondern auch, wie man seine Bilder ausgestaltet, montiert und medial präsentiert.“ (Müller 2018, 95). Die Idee der Selbstpräsentation von Goffman bleibt online relevant, indem das eigene Leben anhand von Bildern dokumentiert und ausgestellt wird. Das Foto auf Instagram stellt eine Kombination aus Reliquie und Ritual dar. Im Gegensatz zur Handlung ist es auf Dauer fixiert, zu jeder Zeit verfügb- oder abrufbar (Goffman 1981, 46) und setzt keine kontinuierliche Beobachtung zwischen Einzelpersonen voraus (Hogan 2010, 381). Damit ist die Inszenierung räumlich und zeitlich entgrenzt (Hogan 2010, 377) und gleicht eher einer Ausstellung als einer Darstellung. Das Selbst konstituiert sich nicht aufgrund der persönlichen Darstellung im Moment des Akts, sondern anhand der persönlichen Auswahl der Bilder (Hogan 2010, 377). Websites oder Social-Media-Plattformen können als Ausstellungsraum definiert werden, wo User:innen reproduzierbare Daten wie z.B. Blogbeiträge, Fotogalerien und Status-Updates einreichen und teilen, die für ein überwiegend unbekanntes Publikum zur Verfügung stehen (Hogan 2010, 381). Im Fall von Instagram ist dies eine Ansammlung von Bildern, die in der Gesamtheit die angebliche Ordnung der Existenz der User:innen im Auge der Betrachter:innen auslösen bzw. kommunizieren soll.

Das Selbst, das über einen gemeinsamen Instagram-Account eines Liebespaares inszeniert wird, entspricht damit dem Liebes-Selbst dieses Paares. Meine theoretischen Ausführungen haben sich zwar bisher auf eine individuelle Darstellung eines Selbst bezogen, jedoch gehe ich bei einem Intimsystem von einer kollektiven Darstellung eines Liebe-Selbst aus, da die Einzelpersonen sich innerhalb dieses Interaktionssystems der Darstellung auf einen gemeinsam geteilten Sinn- und Kommunikationsraum beziehen. Aufgrund der Möglichkeit, die Welt aus den gleichen Augen zu erleben und zu erfahren, bringt das Intimsystem ein kollektives Liebes-Selbst hervor, welches durch die Beziehungslogik dieses bestimmten Liebespaares gerahmt ist. Wie sich diese interaktions- und systemlogischen Überlegungen in der Selbstdarstellung eines Liebespaares verbinden lassen, wird Thema des nächsten Kapitels sein.

2.4 Die Selbstdarstellung als Interaktionssystem

Ich habe ausgeführt, dass ich mich mit der Darstellung des Liebes-Selbst theoretisch auf Goffman (2011) beziehe und mit dem Intimsystem und der Liebessemantik auf Luhmann (1998). Wie diese Theorien verbunden werden können, möchte ich nun anhand des Interaktionssystems erläutern. Auf der Grundlage von Kieserling (1999) will ich eine Systemtheorie skizzieren, die sowohl makrosoziologisch als auch mikrosoziologisch funktioniert und sich dadurch interaktionssoziologische Untersuchungen mit der Systemtheorie verbinden lassen.

Das Ausgangsproblem der Theorie von Sozialität (Goffman) und der Systemtheorie (Luhmann) ist, dass sie ursprünglich in einem Gegensatz zueinanderstehen. Das geht auf die moderne Semantik zurück: sie reproduziert einen Begriff des Sozialen, der primär auf Interaktionen aufbaut und die Gesellschaft in der zunehmenden Differenzierung von Interaktion und Gesellschaft als System betrachtet, nicht mehr als Soziales. Das Soziale, die Verdichtung von Sozialem, bleibt der Interaktion vorbehalten und der Begriff des sozialen Systems wird zum Gegenbegriff der Interaktion (Kieserling 1999, 21).

Kieserling definiert eine „Zusammenkunft mehrerer Personen, die dabei füreinander wahrnehmbar sind und an sich selbst und am anderen wahrnehmen, daß [...] dies so ist“ (ebd., 17) als Interaktion wie zuvor schon Goffman. Interaktion als der Ort, wo Selbstdarstellung stattfindet und als Versuch, den ‚richtigen‘ Eindruck zu erwecken (Goffman 2011, 23). Das *Konstitutionsprinzip* dieser Interaktion, so Kieserling, ist die Anwesenheit (1999, 17). Sie wird außerdem zur Bestimmung der Systemgrenzen herangezogen. Die Anwesenheit stellt innerhalb der Interaktion(ssysteme) einen sozialen Vorteil oder Wert dar, weil sie Voraussetzung für die Interaktion ist (ebd., 17). Zu beachten ist, dass es vor allem um die Kommunikation geht, die durch Anwesenheit und in einer Interaktion vollzogen wird. Diese wird in weiterer Differenzierung der Gesellschaft und z.B. durch die Entwicklung von Schrift oder Telekommunikation ebenfalls differenziert und die Interaktion unter Anwesenden, das gemeinsame Anwesend-Sein, sogar zum Sonderfall (ebd., 19). Die Differenzierung vermag das Bild auf Instagram selbst stellvertretend als Artefakt von Anwesenheit zu betrachten, welches Kommunikation erzeugt und die Logik der Interaktion auch in einer Situation weiterzuführen, die nicht Face-to-Face ist (Müller 2018, 95f).

Die Interaktion ist zweifach definiert: als *Kommunikation unter Anwesenden* und als *Kommunikation sozialer Ordnung*. Deshalb braucht es eine Theorie, die sowohl die Kommunikationstheorie als auch die Theorie sozialer Ordnung einschließt. Kommunikation unter Anwesenden, ohne dass daraus eine Interaktion entsteht, ist nicht möglich und die Interaktion als soziale Ordnung ist nur als solche abgrenzbar, wenn Kommunikation abläuft (Kieserling 1999, 26). Beiden liegt die Kommunikation zugrunde. Als Ausgangspunkt sieht Kieserling dafür die *Theorie der sozialen Systeme*, die operations- und kommunikationsbezogen ist und das *Interaktionssystem* als Möglichkeit, die Interaktion systemtheoretisch zu begreifen (ebd., 28).

Was macht Interaktionssysteme aus bzw. wie werden diese definiert?

Zuerst einmal wird zwischen differenzierten und undifferenzierten Sozialsystemen unterschieden. Zu den differenzierten Systemen gehören *Gesellschaft* und *Organisation*, die sich über die Differenz von Umwelt und System definieren. Der Unterschied zu undifferenzierten Sozialsystemen, zu denen das Interaktionssystem gehört, ist die Möglichkeit der Differenzierung innerhalb des eigenen Systems, eine sog. *systeminterne Systembildung* (ebd., 33). Wenn die Gesellschaft z.B. als solches ein differenziertes Sozialsystem definiert wird, weist es systeminterne

Systembildungen, wie z.B. das Teilsystem *Kunst* oder *Wissenschaft* auf. Damit ist die Gesellschaft System und Umwelt zugleich, sie besitzt eine Eigenkomplexität. Innerhalb der Teilsysteme *Kunst* oder *Wissenschaft* gibt es jedoch auch systeminterne Systembildungen. Dabei ist das *Interaktionssystem* der einfachste Fall, den es geben kann, es ist das letztmöglich ausdifferenzierte Sozialsystem, das darin enthalten sein kann. Interaktionssysteme haben keine Eigenkomplexität. Sie weisen keine systeminterne Systembildung auf und können nur ein System sein, nicht aber zugleich Umwelt (ebd., 33f).

Das Konzept der Undifferenziertheit ist verständlicher, wenn man sich anschaut, wie die Grenzen von diesen einfachen Sozialsystemen gezogen werden. Da das Interaktionssystem ein Kommunikationssystem ist, ist dessen Hauptressource die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung der Anwesenden. Der Kommunikationsprozess wird über geeignete Themen geleitet und diese können nicht gleichzeitig stattfinden, sondern können nur voneinander abgelöst werden. Das ist das Prinzip der *Serialität*. Auch Beiträge der Anwesenden können nur hintereinander erfolgen, sodass sich die Differenzierung von Handlung und Beobachtung herausbildet (ebd., 45). Handlung und Beobachtung wechseln sich ab, je nachdem, von wem ein Beitrag geleistet wird. Sobald ein Themenwechsel stattfindet, ändert sich auch die Systemstruktur und wird in Folge als ein anderes Interaktionssystem definiert (ebd., 37f). Auch ein Konflikt stellt eine neue Systembildung dar, weil das Interaktionssystem den Konflikt nicht im System als Teil aufnehmen kann, sondern als ein Themenwechsel wahrnimmt, der wiederum die Struktur ändert (ebd., 57f). Im Gegensatz dazu weisen differenzierte Sozialsysteme, wie eine *Organisation* oder *Gesellschaft*, eine *Parallelprozessierung* auf (ebd., 47). Sie können verschiedene Themen gleichzeitig behandeln. Wenn ein Liebespaar in einer Interaktion z.B. die erste Person Plural verwendet, ruft es über diese Darstellung von „Wir-als-Einheit“ (Lenz 2009, 243) den Eindruck eines gemeinsamen Intimsystems hervor. Ein Interaktionssystem ermöglicht folglich, dieses *gemeinsame Kommunikationssystem*, die *Realität sui generis*, den *Beziehungsrahmen* (Burkart 2018, 117) eines Liebespaares über die Selbstdarstellung zu erzeugen. In dem Sinne betrachte ich den Instagram-Account eines Intimsystems als ein Interaktionssystem mit dem Thema der Liebe(sselbstdarstellung), das sich in das Intimsystem als Handelnde (Bilder posten und Besitzende des Accounts) und die restlichen User:innen als potentielle Beobachtenden (Bilder anschauen und einen Eindruck des Liebes-Selbst gewinnen) differenziert.

Durch das Merkmal der Undifferenziertheit wird die Komplexität des Sozialsystems zwar reduziert, jedoch erfolgt daraus auch ein Vollzugszwang innerhalb dieses Systems, was wiederum durch die Voraussetzung der Anwesenheit bewirkt wird. Es nehmen immer alle an der Interaktion teil, weil sie als Anwesende Teil des Interaktionssystems sind und dadurch können auch alle das Interaktionssystem beeinflussen (ebd., 47f): „[...] das heißt auch, daß [...] die Interaktion die Anwesenden einfängt und sie für die Dauer der Zusammenkunft so gut wie vollständig

absorbiert.“ (ebd., 51). Es wird dadurch störanfällig, aber es braucht z.B. keine Wiederholung der Informationen, weil bei undifferenzierten Systemen alle Anwesenden gleichzeitig Zugang zu diesen bekommen (ebd., 49). Daraus folgt jedoch auch, dass alles sichtbar ist, was innerhalb dieses Interaktionssystems existiert: „Es gibt freilich auch keine Privatheit, nämlich keine Möglichkeit, dem ‚Kleben der Blicke‘ auszuweichen.“ (Luhmann zit. nach Kieserling 1999, 48). Das, was das Interaktionssystem thematisiert, wird thematisiert und die Verdichtung von Sozialität in der Interaktion bleibt gebunden an diesen Systemtyp (ebd., 51f). In meiner Forschung thematisiert die Fotoauswahl als Interaktionssystem die Verdichtung der Darstellung des Liebes-Selbst.

Insgesamt ermöglicht mir die Verbindung von Interaktion und (Intim)System die visuellen Kommunikationsgehalte des Bildes in meiner Forschung als Erweiterung der Selbstdarstellung im Sinne der *Interaktion als Kommunikation Anwesender* zu betrachten und die Herstellung eines Liebes-Selbst als Teil des Intimsystems des Paares hinter dem Account im Sinne der *Interaktion als soziale Ordnung*. Ich betrachte Instagram als Interaktionsmedium und die Fotoauswahl eines Liebespaares als Interaktionssystem⁹, welches das Intimsystem online anhand einer bestimmten visuellen Liebessemantik als digitales Liebes-Selbst darstellt und herstellt. Die Darstellung ist der Ort, an dem sich das Liebes-Selbst und die Liebessemantik konstituiert. Die besondere Art und Weise, wie sich ein Liebespaar inszeniert und von welchem *Beziehungsthema* (Burkart 2018, 249) oder welcher *Liebessemantik* (Luhmann 1998) ihre Fotoauswahl bestimmt ist, unterscheidet dieses Liebes-Selbst von einem anderen. Diese theoretische Grundlage gestattet es mir, die Fotoauswahl daraufhin zu analysieren, wie ein Intimsystem sein Liebes-Selbst inszeniert und welche Art der Liebessemantik es dabei verwendet.

3. Forschungsstand

Forschung zu finden, die die Gesamtheit der Themen meiner Forschungsfrage umfasst abdeckt, war sehr schwer. Es gibt selbstverständlich einiges an Theorie zu Selbstdarstellung sowie zu Selbstdarstellung auf Social-Media, wie ich sie im vorherigen Teil beschrieben habe. Ebenso verhält es sich bei der Soziologie der Liebe, bei der Eva Illouz im Moment Vorreiterin ist (*Warum Liebe endet* 2018, *Warum liebe weh tut* 2011 usw.). Die Liebesbeziehung wird dabei jedoch immer unter dem Aspekt der *Kommodifizierung* betrachtet. Sie beschreibt diese Überschneidung von Liebe und Kapitalismus eben als Prozesse der „Romantisierung der Waren“ und der „Verdinglichung der romantischen Liebe“ (Illouz 2020, 53). Die Untersuchungen zu Liebe und/oder zu

⁹ Mit der Idee des Interaktionssystems möchte ich darauf verweisen, dass die Selbstdarstellung eines Liebespaares eines der Interaktionssysteme dieses Intimsystems darstellt und Instagram als erweiterter Interaktionsraum nicht die Gesamtheit der Inszenierung eines Liebespaares erfassen kann, sondern nur als Teil des gesamten Intimsystems und meine Analyse deshalb auch nur diesen Teil der Inszenierung beleuchten kann.

Selbstdarstellung, die über Bilder vermittelt wird, beziehen sich bei ihr vor allem auf Werbung (Illouz 2020, 102-127) und das Online-Dating (Illouz 2006, 113-168), wobei der Fokus hier wiederum auf dem Warencharakter von Liebe bleibt. Während Goffman die Darstellung von Geschlecht in der Werbung (1981) untersuchte, beschäftigt sich Illouz mit der Romantisierung der Waren in der Werbung: „Indem sie Waren als Attribute erotischer Anziehung oder wirklicher Intimität darstellte, nutze die Werbung die romantische Liebe, um dem Konsum Fetischcharakter zu verleihen [...]. Auf diese Weise wurde der langweilige und eher nüchterne Raum der Waren mit Leben erfüllt, und zwar durch den ‚Geist‘ der Liebe.“ (2020, 103). Selbst die mediale Selbstpräsentation (Illouz 2006, 122f), die Illouz anspricht, bleibt reduziert auf Partner:innenschaftsanbieter:innen, die im Dienste der virtuellen Begegnungen stehen, um Partner:innenschaften anzubahnen (2006, 115-120). Einen Artikel zu diesem Thema gibt es z.B. von Korchmaros, Ybarra und Mitchell (*Adolescent online romantic relationship initiation: Differences by sexual and gender identification*, 2015), in welchen es darum geht, wie sich die Beziehungsbildung online und offline aufgrund von Geschlechtsidentität und sexueller Identität gestaltet und unterscheidet:

3.1 Liebe und Social-Media

Es gibt weitere Artikel, die versuchen, die generelle *Bedeutung* und die *Folgen* der Technologie und die Möglichkeiten des Internets und Social-Media-Plattformen für das Daten und generell Liebesbeziehungen zu erfassen¹⁰. Es gibt außerdem empirische Ergebnisse dazu, wie sich die *Sichtbarkeit* auf oder eine bestimmte *Nutzung* von Social-Media unter anderem den Beziehungsabbruch oder einen Konflikt verursachen können oder ob die Sichtbarkeit und Nutzung die Wahrnehmung über die Beziehungsqualität durch andere im Netz beeinflusst wird¹¹. Es gibt jedoch weitaus mehr Artikel, die sich mit dem umgekehrten Phänomen beschäftigen, wobei Wissenschaftler:innen untersuchen, wie sich der *Beziehungsstatus* bzw. die *Beziehungsqualität* die Sichtbarkeit der Beziehung auf Social-Media¹² und die Nutzung von Social-Media beeinflusst. Wie beispielsweise Instagram-Posts die *Beziehungsinvestitionen*, die *Zufriedenheit*

¹⁰ Baker und Carreño 2016: *Understanding the role of technology in adolescent dating and dating violence*; Lucero, Weisz, Smith-Darden und Lucero 2014: *Exploring gender differences: Socially interactive technology use/abuse among dating teens*; Len-Ríos, Streit, Killoren, Deutsch, Cooper und Carlo 2016: *US Latino adolescents' use of mass media and mediated communication in romantic relationships*.

¹¹ Hughes, Champion, Brown und Pedersen 2021: *# Couplegoals: Self-esteem, relationship outcomes, and the visibility of romantic relationships on social media*; Emery, Muise, Alpert, und Le: 2015 *Do we look happy? Perceptions of romantic relationship quality on Facebook*; Bouffard, Giglio, und Zheng 2021: *Social media and romantic relationship: Excessive social media use leads to relationship conflicts, negative outcomes, and addiction via mediated pathways*.

¹² Emery, Muise, Dix, und Le 2014: *Can you tell that I'm in a relationship? Attachment and relationship visibility on Facebook*; Robards, und Lincoln 2016: *Making it "Facebook official": Reflecting on romantic relationships through sustained Facebook use*; Krueger und Forest 2020: *Communicating commitment: A relationship-protection account of dyadic displays on social media*; Fox, Frampton, Jones und Lookadoo 2021: *Romantic relationship dissolution on social networking sites: Self-Presentation and public accounts of breakups on Facebook*.

oder die *Einschätzung von Alternativen* zu ihrer aktuellen Liebesbeziehung widerspiegeln können¹³ oder auch deren Beziehungsstatus¹⁴.

In keiner der Forschungen wurde eine Bildanalyse durchgeführt und wenn das Forschungskriterium Selbstpräsentation war, wurden quantitative Merkmale untersucht. Eine Forschungsfrage könnte in dem Sinne z.B. sein: Was wird zu welchem Zeitpunkt, wie viel gepostet? Außerdem wurde das Paar nur aus der Perspektive der Einzelperson oder eines Accounts betrachtet und nicht aus dem Blickwinkel des Paares. Dadurch wird die Liebesbeziehung wahrscheinlich auf eine andere Weise dargestellt als es die andere Einzelperson oder das Paar als Intimsystem macht.

3.2 Liebe und ihre visuelle Inszenierung

Mangione stellt in der Untersuchung zum *öffentlich inszenierten Heiratsantrag* (2014) fest, dass dieser eine Antwort auf das durch den Kapitalismus veränderte europäische Konzept der romantischen Liebe und der gleichzeitigen Tendenz von Liebesbeziehungen ist, die durch Instabilität charakterisiert sind (2014, 39). Es ist die perfekte visuelle Darstellung des utopischen Glücksversprechen, das den amerikanischen Vorstellungen von Hollywood entspricht.

Neben dem romantischen Liebesideal stellt Mangione jedoch fest, dass die *Eventisierung* und Veröffentlichung des Heiratsantrags im Internet die traditionellen Rollen von Mann und Frau verstärkt und eine asymmetrische Machtstruktur reproduziert. Dadurch hat der Mann weiterhin die aktive Rolle als Antragssteller und die Frau gerät durch den in der Öffentlichkeit gestellten Antrag in eine Drucksituation, in der sie kaum eine Wahl hat, nein zu sagen und auszuschlagen, *seine* Frau und Besitz zu werden. Die Annahme, dass die Heirat als ein Liebesbeweis, als Bestätigung der gegenseitigen Liebe fungiert, wird verzerrt. Diese Verzerrung manifestiert sich in der Selbstbestätigung des Mannes, welcher seine Macht über eine Art Manipulation und Erpressung demonstriert, die verdeckt von der romantischen Geste gesellschaftlich akzeptiert gilt (2014, 52). Spannend für meine Forschungsfrage ist dabei vor allem der Zugang und die theoretische Einbettung dieser Analyse, aber auch der öffentliche inszenierte Heiratsantrag als Forschungsgegenstand und daraus folgend die Untersuchung der Darstellung des Liebespaares über das symbolische Ritual des Antrags und der (gesellschaftlichen) Zeichen, derer sie sich bei ihrem Auftritt bedienen.

Eine weitere Forschung, die sich mit der visuellen Inszenierung von Liebespaaren beschäftigt, ist von Kai-Olaf Maiwald (2019). Dieser bezieht sich dabei auf Paarportraits - anstatt

¹³ Sharabi und Hopkins 2021: *Picture perfect? Examining associations between relationship quality, attention to alternatives, and couples' activities on Instagram*; Goodcase 2019: *Every picture tells a story: A directive content analysis of the investment model on Instagram posts for new romantic relationships*.

¹⁴ Fejes-Vékássy, Ujhelyi, and Faragó 2020: *From# RelationshipGoals to# Heartbreak-We use Instagram differently in various romantic relationship statuses*.

auf Videomaterial aus dem Internet - die Teil der Serie *Paare. Menschenbilder aus der Bundesrepublik Deutschland zu Beginn der siebziger Jahre* von Beate Rose sind (1972). Er geht davon aus, dass die Bildanalyse von (Paar)Fotografien bisher so mangelhaft vertreten ist, weil zum einen die Familien- und Paarsoziologie durch sozialstrukturelle und sozialpolitische Fragestellungen tendenziell quantitativ ausgerichtet und die Bildanalyse zum anderen anspruchsvoll ist. Es ist eine Methode erforderlich, die es ermöglicht, Bilder systematisch auszuwerten und ihren Sinngehalt zu erfassen, der außerhalb der alltäglichen Betrachtungsweise liegt (2019, 219f). Erst mit dem *iconic turn*, nahm das Bild als Kommunikationsmedium zu und die Frage, was ein Bild überhaupt ist, drängte sich vor allem in der Soziologie und der Wissenschaft auf (Maiwald 2019, 220; Goffman 1981, 52f). Es ist zwischen Sprache und Schrift zu unterscheiden, welche einer anderen Logik folgen als Bilder und daher auch mit anderen methodologischen Problemen konfrontiert sind: „Entsprechend soll im Folgenden eine andere, auf den Datentyp fokussierte Strategie verfolgt werden, um die erforderlichen methodologischen Fragen zu bearbeiten.“ (Maiwald 2019, 221). Im Gegensatz zu Sprache, werden Bilder bisher nicht als selbstreferentielle Systeme verstanden und es wurde sogar „von einer Marginalisierung des Bildes in den qualitativen Methoden gesprochen“ (Bohnsack 2011 zit. nach Kramer 2018, 39). Der *iconic turn* und die neuartige Verwendung von Bildern, die es in der Gesellschaft gab, sollte ebenfalls ein *iconic turn* in der Soziologie nach sich ziehen. Jedoch lässt dieser immer noch ein wenig auf sich warten (Maiwald 2019, 221). Daraus folgt, dass die Methoden der Bildanalyse noch relativ neu sind und dementsprechend in der Verwendung noch nicht so erprobt sind wie die Methoden der Textanalyse.

Maiwalds Bildanalyse soll an diese Lücke der Analyse von Paarfotografien anschließen. Er gliedert seine Untersuchung in die *Geste*, *Accessoires*, *Positionierung* und *Positur*, die er auf dem Paarportrait analysiert (ebd., 239). Er geht, wie bei der *Objektiven Hermeneutik* sequenziell und sukzessive vor, um die bedeutungstragenden Bildelemente zu interpretieren (ebd., 250) und bezieht sich dabei auf Breckners *Segmentanalyse* (2012). Er betont jedoch, dass ein Foto im Gegensatz zu einem einstündigen Interviewprotokoll nur ein kleiner Realitätsausschnitt darstellt. Zudem ist die Fallstruktur, die bei dem Foto ermitteln werden kann, nicht gleichermaßen komplex an Informationen und „deutlich begrenzter“ als ein Interview (Maiwald 2019, 250). Was er aus der Anordnung der Positionierung, der Positur, den Gesten und Accessoires auf dem Paarportrait ableiten will, ist zum einen die *besondere Praxis* des abgebildeten Paares und zum anderen den *generellen Beziehungstypus* und auf welche *Beziehungszeichen* es dabei zurückgreifen (ebd., 250f). Indem das Paar aus dem gesellschaftlich verfügbaren Repertoire an Beziehungszeichen wählt, konstituiert es sich als solches (ebd., 251) und grenzt sich zugleich als ein Intimsystem gegenüber anderen ab. Diese Fragestellung ist ähnlich zu meiner: 1. Das Liebes-Selbst (besondere Praxis),

welche das Liebespaar auf Instagram inszeniert und 2. Welche Liebessemantik (visuelle Zeichen oder Codes) es dabei verwenden.

Insgesamt zeigt Maiwald, dass das Liebespaar sich vor der Beziehung selbst zeigt und ein Paradebeispiel darstellt, in welcher Übergangszeit sich Männer und Frauen zu dieser historischen Zeit befinden und wie sich das in ihrer Beziehungsstruktur widerspiegelt. Er spricht von „gewährter Autonomie“ als Typus der Praxis dieses abgebildeten Paares (ebd., 249). Er stellt z.B. weder bei der Positionierung noch bei der Positur Eindeutigkeit in Bezug auf Geschlechterdifferenzen fest: „Die Paarbeziehung ist von der Art der Selbstdarstellung her durch eine Spannung zwischen Egalität und Traditionalität gekennzeichnet, in die eine Spannung zwischen Autonomie und Heteronomie der Stellung der Frau eingeschlossen ist.“ (ebd., 243). Auch die Kleidung und Accessoires werden als vergeschlechtlicht wahrgenommen (ebd., 248) und bieten weiter Aufschluss darüber, wie Maiwald entlang seiner Sinnelemente exemplarisch Geschlechterdifferenzen und grundlegende Beziehungszeichen aufzeigen kann, die das Liebespaar als solches in dem Moment der Aufnahme konstituiert. Nämlich als ein „modernes Paar“ mit „gewährter Autonomie“ (ebd., 249).

Abschließend möchte ich noch die Masterarbeit von Sophia Wyatt an der *Universität Wien* erwähnen, welche sich mit der Darstellung von Geschlecht in der visuellen Selbstpräsentation jugendlicher gleichgeschlechtlicher und nicht-gleichgeschlechtlicher Paare auf Instagram beschäftigt hat (2021). Sie erwähnt in ihrer Arbeit außerdem eine weitere Studie von Janine Schallat (2014), die in einer fotoanalytischen Fallstudie anhand der *dokumentarischen Bildinterpretation* nach Bohnsack (2011) die Bedeutungszuschreibung der Individuen und die Praxis der Verpartnerung eines lesbischen Paares untersucht. Ähnlich zu meiner Fragestellung, geht es um die visuelle Selbstdarstellung von Paaren auf Instagram, jedoch fokussiert sich Wyatt dabei auf die *Darstellung von Geschlecht bei jugendlichen gleichgeschlechtlichen und nicht-gleichgeschlechtlichen Paare* und Schallat auf die *Praxis der Verpartnerung*. Wyatt arbeitet außerdem fallübergreifend und verwendet für die Auswertung die *Ersteindrucksanalyse* nach Müller-Doohm (1997) zur Eingrenzung des Datenmaterials auf 46 Fotos und die *Segmentanalyse* nach Breckner (2012) für die Analyse von daraus ausgewählten Bildern (Wyatt 2021, 31f).

Sie stellt fest, dass die

1. traditionelle Darstellung von Geschlecht fortwährt:

Fall 2, *Gemeinsames Unternehmen*: Darstellung auf einem Motorroller, der Junge ist prahlerisch darauf abgebildet und aktiv, das Mädchen ist zurückhaltend und fungiert passiv als Requisite seiner Inszenierung (ebd., 50-63).

Fall 3, *Hochheben*: Darstellung einer ironischen Umkehrung stereotypischer Geschlechtsvorstellungen, das Mädchen trägt ihren Freund, ist dabei jedoch angestrengt

und die visuelle Darstellung reproduziert dadurch traditionelle Geschlechterrollen (ebd., 70-76).

2. und es gleichzeitig Neuaushandlungen bzw. Weiterentwicklungen gibt:

Fall 1, *Selfie*: Heteronorme Aspekte werden von dem homosexuellen Paar aufgegriffen, Homosexualität (Coming Out) und die neue Beziehung wird an die Öffentlichkeit kommuniziert, wobei das Bild aus Reproduktion und Weiterentwicklung von heteronormativen Geschlechtervorstellungen ambivalent bleibt und das Paar seine Selbstbestimmtheit über die Produktionsfähigkeit (Selfie) selbst in der Hand hat (ebd., 87-98).

Fall 4, *Schulter zum Anlehnen*: Zufriedenheit bei non-konformen Geschlechterverhältnissen, das Mädchen lehnt sich zwar am Jungen an, ist jedoch größer und kräftiger, was entgegen der stereotypischen Vorstellung ist und strahlt eine Zufriedenheit darüber aus, insgesamt ist ihre Darstellung cool und authentisch anstatt einer klassischen Darstellung als Paar (ebd., 77-85).

3.3 Fazit

Es gibt wenig Bildanalysen zur Untersuchung von Liebespaaren und damit wenige, die sich überhaupt mit dem Problem der systematischen und trotzdem sinnerfassende Analyse von Bildern auseinandersetzen. Es gibt keine Forschung, die betrachtet, mit welcher Liebessemantik sich das Intimsystem gemeinsam über eine bestimmte Fotoauswahl konstatiert. Eine, die es ermöglichen würde, die intersubjektiv konstituierte Welt eines Paares zu erfassen, anstatt der Sichtweise einer Person über deren Beziehung. Folglich braucht es diesen gemeinsamen Blick (Burkart 2018, 118). Dennoch konnte ich anhand der vorangestellten Untersuchungen das Potenzial an gewinnbringenden Erkenntnissen zeigen, welches in der Analyse von Paarfotografien steckt und vor allem, dass das Thema *Geschlecht* eine große Rolle zu spielen scheint. Die Forschungen und Ergebnisse tragen außerdem dazu bei, das Liebesverständnis und die Bedeutung, wie sie im Zusammenspiel mit Social-Media heute vorliegen, besser zu verstehen und auch, mit welchen Anforderungen ein Liebespaar in der digitalisierten Welt konfrontiert wird. Ich denke außerdem, dass die Bildclusteranalyse, die ich im nächsten Kapitel vorstellen werde, ebenfalls einen weiteren Einblick und umfassendere Informationen über das jeweilige Liebespaar als Intimsystem ergeben werden als die Einzelbildanalyse.

4. Methodischer Teil

Das Bild als Kommunikationsmittel auf Instagram ist konstituierend für die Inszenierung des Liebes-Selbst und stellt somit die Untersuchungseinheit des Forschungsvorhabens dar. Die

Fotoauswahl und ihr ikonischer Ausdruck bilden die Grundlage für die Rekonstruktion der symbolischen Bedeutungsgehalte, die in den Bildern enthalten sind (Gunkel 2018, 28; Schreiber und Kramer 2016, 83) und in welchen medialen und gesellschaftlichen Kontext sie eingebettet sind.

4.1 Methodologische Überlegungen

Um Soziales in Bildern zu untersuchen, ist es wichtig zu verstehen, wie sich die Verwendung der Fotografie verändert, wie sich die Gesellschaft die Fotografie als Sozialkommunikation angeeignet hat und welche Bedeutung sie im Alltag für diese spielt. Solche methodologischen Überlegungen verändern als Konsequenz den Forschungsblick auf den Forschungsgegenstand *Bild* (auf Social-Media) und stellen damit die Grundlage meines methodischen Zugangs dar. Die methodische Herangehensweise und z.B. die Notwendigkeit eines Methodeninstruments, das Bildinterpretationen im wissenschaftlichen Kontext überhaupt zulässt, wird aufgrund dieser methodologischen Vorüberlegungen erst verständlich und nachvollziehbar.

4.1.1 Die Notwendigkeit figurativer Hermeneutik

Ich habe bereits ausgeführt, dass sich die Gesellschaft das Bild als Medium der Sozialkommunikation angeeignet (Van Dijck 2008; Houben 2018; Kramer 2018; Müller 2018; Jurgenson 2019) und dieses zum alltäglichen Gebrauch etabliert hat. Wie ich von diesem Alltagsphänomen Bild(Kommunikation) zu wissenschaftlichen Erkenntnissen gelange und vor allem, wenn es sich dabei nicht nur um ein Einzelbild handelt, sondern um eine Auswahl von Fotos.

Die Übersetzungsleistung vom Bild zur Sprache

Ein Grundproblem, dem wir uns bei einer Bildanalyse gegenüberstehen, ist wie Erkenntnisse aus Bildern versprachlicht werden können und noch deutlicher: wie Wissen aus einer Bildanalyse generiert werden kann. Diese Grundproblematik einer Bildinterpretation benennt Müller in seinem Aufsatz zu *Figurativer Hermeneutik* (2012). Er beschreibt die methodologische Konzeption einer Wissenssoziologie des Bildes und begründet darin zugleich seine Bildclusteranalyse (2016). Das Besondere ist, dass kommunikative Sinneinheiten erst durch das Verhältnis zu den anderen Bildern erschlossen werden können und ein Bild erst durch die Nachbarschaft zu anderen Bildern sinnhaft wahrgenommen werden kann. Aber wie kann ein solches, alltägliches Sehen wissenschaftlichen Ansprüchen genügen und auf objektiv ‚richtigen‘ und nachvollziehbaren Annahmen basieren?

Die Grundidee der *figurativen Hermeneutik* ist der *systematische Bildervergleich* und „gezielt arrangierte Bildsamples, Bildfolgen und Bildkontraste“ (Müller 2012, 130) zu beleuchten. Durch

diese Systematik erfasst sie damit „nicht nur die vorsprachlichen Sinn- und Bedeutungsstrukturen gesellschaftlicher Bildproduktionen adäquat“, sondern genügt durch ihre Systematik auch „den Anforderungen argumentativer Verständigung innerhalb wissenschaftlicher Diskurse“ (ebd., 130). Das Spezifikum ist damit, alle Zusammenhänge und Voraussetzungen des Bilderverstehens im ikonisch zu rekonstruierendem Kontext zu erschließen (ebd., 130f). Müller nennt es deshalb auch die *Figurative* Hermeneutik. Die Bildinterpretation braucht zwar eine Versprachlichung des Gesehenen, ist jedoch stets eine „bildadäquate interpretative Sprache“, eine Sprache, die auf das Bild bzw. auf „figürlich-medialen Variationen jeweiliger Bildgestaltungen“ bezogen bleibt (ebd., 157). In der Analyse kann ich daher z.B. von Aspekten sprechen, die sich im Auswahl- und Montageprinzip eines bestimmten Bildclusters dokumentieren und bleibe damit in diesem ikonisch zu rekonstruierendem Kontext meiner Versprachlichung.

Was zu versprachlichen ist, sind Beziehungen und Muster, wie sie in den Bildern zu finden sind. Es ist eine Übersetzungsleistung von etwas Gesehenem zu etwas Gesprochenem oder Geschriebenem, um dem „soziologischen Wissen unseres Auges“ etwas näher zu kommen (Goffman 1981, 108). Die methodologischen Überlegungen begründen außerdem die soziologische Relevanz von Bildern: „Sehen ist natürlich und sozial zugleich. [...] Sowenig das Sehen eine bloß abbildende Sinnesleistung ist, sowenig sind auch Bilder bloße Abbildungen von Wirklichkeit: Ob Geste oder Diagramm, ob Körperbild oder digitale Projektion, sie alle sind medial sichtbare Manifestationen des Sehens, des Zeigens und der Gestaltbildung, des Unterscheidens und der Vergemeinschaftung, der gesellschaftlichen Erkenntnis und des sozialen Handelns.“ (Müller und Soeffner 2018, 1). Wichtig zu beachten ist jedoch, nicht bei einer reinen Bildbeschreibung zu bleiben, die wiederum interpretativ ausgewertet werden müsste, sondern die Bildbeobachtung, wie es die figurative Hermeneutik vorschlägt, als genuine Interpretationsleistung selbst zu betrachten (Müller 2012, 155). Es geht nicht darum, Bilder „ins Wissenschaftliche zu übersetzen“ (ebd., 155), sondern „subjektive (Bild-)Erfahrungen durch theoretische Modellbildungen zu ersetzen“ (Vgl. Schütz 1971 zit. nach Müller 2012, 155), die wir wiederum durch die Systematik im vergleichenden Sehen erhalten und „das Bildmögliche als interpretative[n] Horizont des Bildfaktischen“ begründen können (Müller 2012, 139). Gerade der Schritt in der Bildclusteranalyse vom raschen Arrangieren und Umarrangieren zur Typenbildung ist von diesem Anwendungsprinzip geprägt.

Alltagssehen oder wissenschaftliches Sehen

Sehen und Wahrnehmen sind demnach nicht einfach Zufall, so wenig wie die Zusammenstellung von Bildern und das Vergleichen dieser Bilder Zufall ist. Wahrnehmungsverarbeitung ist soziokulturell bedingt, denn es setzt gewisses Wissen voraus (zu unterscheiden) (Müller 2012, 133). Das bedeutet, dass eine Selektion zwar nicht willkürlich passiert, diese jedoch immer eine

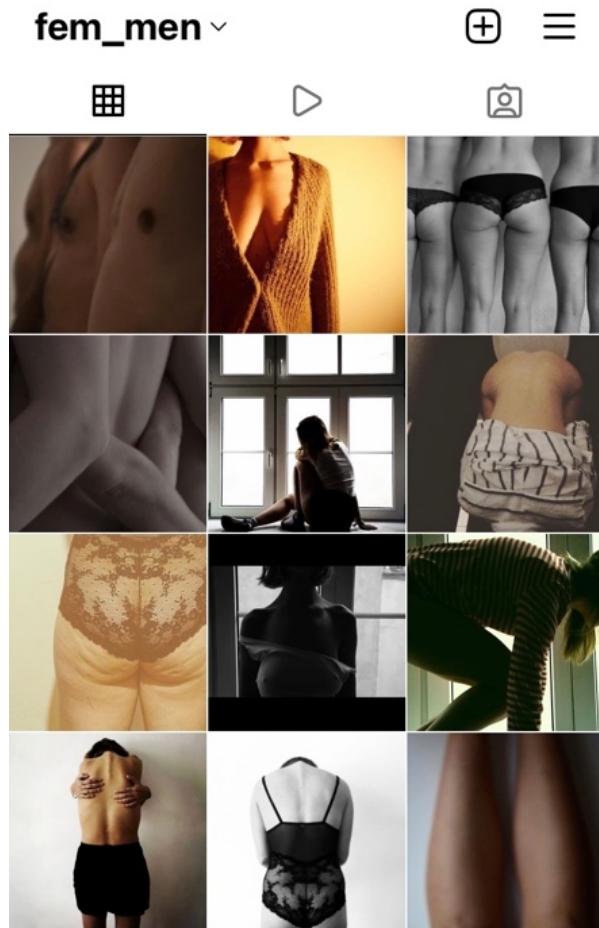
Möglichkeit bleibt und der heuristische Sinn des systematischen Vergleichs dementsprechend darin liegt, „eine faktische, in jeweiligen Gestaltungen objektivierte Wahl zwischen lebensweltlichen Bedeutungsalternativen kenntlich werden zu lassen.“ (ebd., 141). Darin unterscheidet sich der wissenschaftliche Bildervergleich von der Pragmatik des Alltagslebens, die nämlich davon bestimmt ist, wiederkehrende Muster oder Handlungen aufgrund von Ähnlichkeit identifizieren zu können. Beim *systematischen Bildervergleich* geht es vor allem um die Ähnlichkeit durch Differenz: „Unterschiedliches zusammenstellen, nicht wahllos oder willkürlich, sondern beobachtend, wiedererkennend, differenzierend und insofern im Zusammenstellen interpretierend.“ (ebd., 133). Der Wissensproduktion liegt die Andersartigkeit der Ähnlichkeit zugrunde (ebd., 142), die vor allem in der axialen Analyse eine Rolle spielt. Es geht nicht darum, eine Annahme in Bildern zu finden und zu bestätigen, sondern darum, im Vergleich erst das zu finden, was die Bildauswahl zu einer faktischen, in der jeweiligen Gestaltung objektivierten Wahl macht. Nämlich die Auswahl- und Montageprinzipien.

Müller verdeutlicht diesen Unterschied anhand des *tertium comparationis* und der Art und Weise, wie Durkheim die *vergleichende Methode* anwendet (Müller 2012, 142). Durkheim verwendet das *tertium comparationis* (Müller 2012, 143) mit der Methode der „konkomitanten Variation“ (Durkheim 1984, 75 zit. nach Müller 2012, 142) oder auch das gemeinsame Dritte (Müller 2012, 146) als Vergleichsmaß, als „theoretische[s] Konzept mit universalem Anspruch“, anhand dessen er sein Untersuchungsmaterial überprüft und kausal erklärt (Müller 2012, 143). Beim interpretativen Bildervergleich steht dieses *tertium comparationis* jedoch nicht im Vorhinein fest, sodass das Bildmaterial nicht mit theoretischen Vorüberlegungen überladen ist und gesteuert wird. Es geht darum, aus dem vorliegenden Bildmaterial eine Art *tertium comparationis* selbst erst zu erzeugen, welches durch die Bildzusammenstellung gebildet wird (Müller 2012, 147). Es geht um die Rekonstruktion gestalterischer Sinnselektionen und deren gesellschaftliche Themen, Relevanzen und Kommunikationspraktiken (Müller 2012, 143). Das wiederum setzt jedoch voraus, dass gemeinsames Drittes benannt werden kann, was wiederum auf den soziokulturellen Kontext und das implizite lebensweltliche Wissen der Betrachtenden anspielt (Müller 2012, 147).

Die Übersetzung der bildspezifischen Vermittlung von Sinn in Sprache, die über den Vergleich und die Zusammenstellung von Bildern erzeugt wird, ist der semantische Sinn, der mich in Bezug auf meine Forschungsfrage interessiert. Sprich die Übersetzung der Selbstdarstellung des Liebespaares aufgrund ihrer Fotoauswahl auf Instagram in eine fallspezifische Liebessemantik des jeweiligen Intimsystems und der zugrundeliegenden Bildtypik als Liebes-Selbst.

4.2 Die Bildclusteranalyse nach Müller als Auswertungsmethode

Die Fotoauswahl auf Instagram gleicht einem *Hyper-image* (Thürlemann 2013) oder *ikonischen Bildcluster* (Müller 2016), welches eben nicht über den Ausdruckssinn des Einzelfotos erzeugt



wird, sondern über die Ansammlung der Fotos als eine bestimmte Komposition und Montage. Es geht nicht um die Einzelbilder und Abbildung lebensweltlicher Begebenheiten, sondern um die Fotoauswahl als kollektiv geteiltes Ausdrucksmittel, welche ein neues ikonisches Gebilde erzeugt (Müller 2018, 95). Das, was es dafür braucht, ist das vergleichende Sehen und daraus folgend den systematischen Bildervergleich. Ich habe mich deshalb für die *Bildclusteranalyse* (Michael R. Müller 2016) als Auswertungsmethode entschieden. Ein Profil, wie auf Abbildung 1 zu sehen ist, entspricht der Definition eines Bildhaufens, der in seiner Zusammenstellung der Bilder eine größere Einheit ergibt (Müller 2016, 96). Das Liebes-Selbst eines Liebespaares kann über die Gesamtheit dieser Fotoauswahl eines Profils mit Hilfe der Bildclusteranalyse erfasst werden.

Abbildung 1: Exemplarische Darstellung eines Bildhaufens auf Instagram

4.2.1 Strukturmerkmale und Verfahrensweisen

Was digitale Bildcluster ausmacht, sind unter anderem die *ephemeren Außengrenzen* (ebd., 103). Das bedeutet, dass es mehr Material gibt als zu einem bestimmten Zeitpunkt zu sehen ist und z.B. durch Scrollen weitere Bilder erfasst werden können. Da das Bildcluster jedoch nur in der Gesamtheit ein neues Bild erzeugt, ist auch das Material, das nicht sichtbar ist, sinnstiftend für diese kommunikative Einheit des Clusters. Dadurch wird deutlich, welche Rolle auch die Rezipient:innen einnehmen. Denn die kommunikativen Sinneinheiten können nur über deren Wahrnehmung erschlossen werden, die zugleich rezeptiv und produktiv ist. Dabei werden aktuelle Seherfahrungen mit vergangenen verknüpft und die Bildcluster über ihre Kompositions- und Montageprinzipien begriffen (Müller 2016, 103).

- 1) Der typische Stil eines Clusters, das *Wie* der *Komposition und Montage*, wird über die Kontrastierung, demnach Vergleich von Ähnlichkeit und Differenz erschlossen. Es geht darum, *markante Bildtypen* zu definieren - im Sinne von bestimmten Themen oder Gegenständen - und *stilbildende Sinnfiguren*, die das Prinzip der Zusammenstellung und Darstellung der Themen innerhalb dieser Cluster erfasst (ebd., 104). Aufgrund ihrer ikonischen Ähnlichkeitsbeziehung und medialer Nachbarschaftsverhältnisse kommentieren und deuten sich die Bilder innerhalb ihrer Auswahl gegenseitig und heben durch ihre Bildtypik z.B. ein bestimmtes Thema oder eine bestimmte Ästhetik hervor: „Die Nachbarbilder zeigen dem Betrachter [!], wie er ein bestimmtes Bild sehen soll“ (Thürlemann 2013, 20 zit. nach Müller 2016, 116). Das vergleichende Bildanschauen wird außerdem genutzt, um die Bildtypen innerhalb eines Clusters zu kontrastieren und ihre axiale Verknüpfung herauszuarbeiten (Müller 2016, 105). Durch die ikonische Ähnlichkeits- und mediale Nachbarschaftsbeziehung entfaltet sich die kommunikative Wirkung und Bedeutung, wobei der Sinn erst durch die Bezugnahme der Rezipient:innen auf andere Bilder erschlossen wird und nicht selbst im Bild vorhanden ist (ebd., 115f). Das *tertium comparationis* muss erst noch gebildet werden. Außerdem verdeutlicht das die Bezugnahme zu Goffman und dem *Impression Management* (1981, 9) im digitalen Raum. Denn durch die Fotoauswahl versuchen User:innen die Wahrnehmung anderer User:innen zu manipulieren und zu kontrollieren, welche in der Gesamtheit der Bildergalerie ihr Selbst und angebliche Ordnung ihrer Existenz (ebd., 8) präsentieren soll.
- 2) Fotos in sozialen Medien sind jedoch nicht losgelöst von ihrem Kontext zu betrachten, in welchem sie wahrgenommen werden. Das bedeutet, dass das Formale der Medienumgebung wie Instagram, aber auch Rezeptionsvorgaben (Müller 2016, 125) den *Beobachtungs- und Erkennungsstil* der Wahrnehmenden leitet. Wie man Bilder anschaut, wird durch die medialen Artefakte selbst und die mediale Umgebung organisiert (ebd., 123f). Es veranlasst Rezipient:innen dazu, die besondere ikonische Struktur des jeweiligen Clusters zu erfassen und gleichzeitig eine Einstellung darüber zu gewinnen (ebd., 125). Was durch diesen Erkennungs- und Wahrnehmungsstil vor allem kontrolliert wird, ist die *Reaktion* der Rezipient:innen (Mead 1998 zit. nach Müller 2016, 125), die sich in der Analyse wiederum rekonstruieren lässt. Das zweite analytische Merkmal von Bildclustern, also die *medialen Rezeptionsvorgaben*, die diese Betrachter:innen-Reaktion „strukturell erwartbar auslösen“ (ebd., 125), werde ich in meiner Forschung nicht untersuchen und rekonstruieren. Mein Erkenntnisinteresse gilt dem *Wie* der Darstellung eines digitalen Liebes-Selbst und nicht dem *Wie* Betrachter:innen auf diese Darstellung *reagieren* (Beobachtungshandlungen und Erkenntnisstilen). Im Sinne der Eindrucksmanipulation wäre es in einem weiteren Schritt durchaus spannend, zu untersuchen, wie die Darstellung von Rezipient:innen

wahrgenommen wird und welcher intendierter Eindruck durch die Darstellung tatsächlich konstituiert werden kann. Jedoch benötigte es dafür wiederum die Ausgangs-Intention der Darstellenden, die nicht allein über die Fotoauswahl rekonstruierbar ist, sondern Interviews erfordern würde. Diese wirkungsästhetische Analyse von Bildclustern ist zwar in Anbetracht zunehmender Nutzung von solchen Bildhaufen, wie über Instagram, interessant und wichtig, jedoch zielt sie nicht auf die Beantwortung meiner Forschungsfrage ab und übersteigt damit die vorhandenen Ressourcen für dieses Projekt.

4.2.2 Figurative Analyse

Für die Rekonstruktion der Kompositions- und Montageprinzipien möchte ich im Folgenden die genauen Analyseschritte ausführen, die als eine Art Methodenanleitung dienen und die Anwendung auf mein Datenmaterial erleichtern soll.

Explorative Phase

Bei der Bildanalyse geht es zuerst darum, durch „rasches Arrangieren und Umarrangieren“ und dem Ausprobieren durch „trial and error“ (Goffman 1981, 108) Wiederholungen und Ähnlichkeitsbeziehungen zu erschließen, die eine bestimmte Fotoauswahl ausmachen (Müller 2016, 104). Durch diese Akzentuierung bestimmter Aspekte setzt sich aufgrund der Wiederholung und Ähnlichkeitsbeziehung eine Möglichkeit von „prinzipiell unbestimmt vielen Möglichkeiten der Wahrnehmung“ durch, die als solche eine Kategorie bestimmt, sie aber nicht unumstößlich fixiert (ebd., 116). Die Zusammenstellung erklärt sich also selbst aus ihren Ähnlichkeits- und Nachbarschaftsprinzipien. Das implizite Wissen, das zur Benennung dieser dahinterliegenden Prinzipien zu rekonstruieren ist, ist zum einen das Thema, der Gegenstand (Inhalt) oder die Gestaltung (Ästhetik), welche der Zusammenstellung zugrunde liegen (Komposition/Auswahl) und zum anderen welchen Prinzipien diese Zusammenstellung innerhalb eines Clusters folgt (Montage). Dieser systematische Vergleich der Einzelbilddarstellungen als differenzierender Kontrastierungsprozess (ebd., 104) soll schließlich in einer kategorialen Identifikation unterschiedlicher Bildtypen münden, die zum zweiten Schritt der Analyse führt: Der Rekonstruktion dessen, was für Bilder (markante Bildtypen) in ein Cluster aufgenommen werden (ebd., 104).



Abbildung 2: Goffman, die weibliche Berührung I

Die Grundidee ist, in einem Bilderhaufen ein Muster zu erkennen und Bildern eine Schablone anzulegen, die einem selbst noch nicht bekannt ist. Goffman hat in Reklamebildern z.B. geschlechtsspezifische Rollen untersucht (1981). Die Abbildung 2 zeigt eine Zusammenstellung von Bildern, die jeweils eine Hand bzw. eine bestimmte Handbewegung darstellen. Das ist die inhaltliche Ähnlichkeit der Bilder, aufgrund dessen Goffman sich dazu entschlossen hat, dieses Bildcluster zu bilden. Eine formal-ästhetische Ähnlichkeit der Bilder könnte z.B. Schwarz-Weiß sein im Gegensatz zu Farbbildern.

Identifizieren der Bildtypen - welche Ähnlichkeitsbeziehungen bringen bestimmte Themen, Vorstellungen, Inhalte oder Ästhetiken hervor?

Die Methode des Vergleichs sollte nun verständlicher sein. Anstatt *trial and error*, wie beim raschen Arrangieren und Umarrangieren der Bilder, soll nun die Methode der Kategorienbildung angewendet werden. Die Typenbildung erfolgt aufgrund der Identifikation inhaltlich- oder formal-ähnlicher Bilder und ihrer Kategorisierung aufgrund dieser Ähnlichkeiten innerhalb eines Bildclusters (Müller 2016, 104f). Nach der Erarbeitung von Bildtypen, spricht die Auswahl an Bildern, welche in ein Cluster aufgenommen werden, gilt es im letzten Schritt zu rekonstruieren, welche Inhalte, Themen oder Ästhetiken (stilbildende Sinnfigur) dadurch hervorgehoben werden (ebd., 104). Ich möchte dazu exemplarisch weiter an Goffmans Reklameanalyse anschließen.



Abbildung 3: Goffman, die weibliche Berührung 2

Abbildung 3 zeigt weitere Bilder, die Goffman aus der Reklame ausgesucht und der gleichen Kategorie zugeordnet hat. Es wird deutlich, dass es nicht um eine Hand bzw. Handbewegung geht. Was sich im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert, ist eine Berührung, die nur angedeutet ist, ein zartes Streichen der Fingerspitzen oder Nachzeichnen des Umfangs eines Objekts. Durch diese Zusammenstellung akzentuiert sich eine bestimmte Berührung, die überwiegend von Frauen ausgeführt wird. Goffman betitelt diese Bildzusammenstellung deshalb als *Die weibliche Berührung* (1981, 125).

Axiale Analyse - welche Akzentuierungen ergeben sich innerhalb des zu untersuchenden Bildclusters aus dem Zusammenspiel einzelner Bilder und Bildtypen?

Beim anschließenden Analyseschritt geht es darum, die Ergebnisse zu verdichten und die stilbildenden Sinnfiguren als strukturierendes Prinzip der Bilder (Schlüsselkategorien) herauszuarbeiten. Dazu wird das vergleichende Sehen nicht nur innerhalb eines Bildclusters angewandt, sondern auch zwischen den verschiedenen Bildclustern. Die Frage ist, ob sich eine signifikante Ähnlichkeit oder ein starker Kontrast innerhalb oder zwischen den Bildtypen verdichten kann (Müller 2016, 105; 115) und welche Schlüsselkategorie/n sich daraus ergibt/ergeben. Es geht also nicht nur darum, die Ähnlichkeit (strukturelle Ähnlichkeitsbeziehung) innerhalb oder zwischen Bildtypen aufgrund von inhaltlichen, thematischen oder ästhetischen Aspekten zu begreifen, sondern auch welche Ambivalenzen oder Widersprüche (strukturelle Differenzverhältnisse) aufgrund der Wiederholung bestimmter

Motive oder Formen akzentuiert werden (ebd., 118). Dieser weitere Kontrastierungsprozess ermöglicht erst die Verdichtung der Ergebnisse aufgrund des gesamten Bildkorpus, indem Bildinterpretationen entweder verworfen oder bestätigt werden können. Zudem werden dadurch sowohl die markanten Bildtypen als auch stilbildende Sinnfiguren rekonstruiert. Diese Rekonstruktion der Montage- und Auswahlprinzipien sind im letzten Schritt auf meine Fragestellung und Erkenntnisinteresse hin zu reflektieren und zu diskutieren.



Abbildung 4: Goffman, die weibliche Berührung – ein axialer Vergleich

Wenn ich die Bilder zu *Die weibliche Berührung* vergleiche (Abb. 4), wird anhand der axialen Analyse deutlich, dass es innerhalb der gesamten Fotoauswahl (Goffman 1981, 125-133) auch Unterschiede gibt. Goffman differenziert innerhalb dieses Bildclusters deshalb zwischen einer rituellen Berührung anhand der *Hand* (ebd., 125-129), anhand des *Gesichts* (ebd., 130) und anhand der *Selbstberührung* (ebd., 131). In der Gegenüberstellung verdichtet sich die Annahme der weiblichen Berührung als Schlüsselkategorie. Die Analyse hätte auch andersherum erfolgen können, sodass sich durch die Untersuchung der Bildtypen zuerst die Kategorien *rituelle Berührung anhand Hand*, *rituelle Berührung anhand des Gesichts* und *rituelle Berührung anhand der Selbstberührung* herausgebildet hätten und erst der axiale Vergleich dieser Bildtypen die Schlüsselkategorie *weibliche Berührung* hervorgebracht hätte. So war die Schlüsselkategorie *Die weibliche Berührung* von Anfang an gegeben. Ich habe die Analyseschritte aus Goffmans Material der Reklamebilder im

Nachhinein nur rekonstruiert und möchte anmerken, dass sie nur zur Veranschaulichung dieser Analyseschritte dienen. Er selbst hat diese Methode so nicht verwendet, jedoch wendete er ebenfalls das vergleichende Sehen an, um Wissen aus Bildern generieren zu können. Wissen des Auges, das in einer sozialen Situation relevant wird und richtungsweisend ist. In Bezug auf meine Analyse bedeutet das, dass die subjektive Darstellung anhand der Fotoauswahl und Montage meiner Forschungspartner:innen den Ausgangspunkt für die Typisierung des jeweiligen Liebes-Selbst darstellt und die bildspezifische Vermittlung von Sinn dieser Auswahl und Montage den Ausgang für die Analyse der dazugehörigen Liebessemantik. Um meine Forschungsfrage beantworten zu können, muss ich das figurative Prinzip (Komposition und Montage) der Zusammenstellung rekonstruieren (Müller 2016, 104).

Im letzten Abschnitt werde ich auf das Forschungsfeld *Instagram* und seine Funktion eingehen, bevor ich mich der Auswertung der zwei Profile zuwende.

4.3 *Instagram – eine Gegenstandsbeschreibung*

Die Social-Media-Plattformen *Instagram* ist eine bildbasierte mobile Mediensoftware, die 2010 veröffentlicht wurde (Gunkel 2018, 97). Seit 2017 sind weltweit über 800 Millionen Personen auf Instagram angemeldet, von denen 500 Million die App täglich nutzen (Instagram 2017 zit. nach Gunkel 2018, 23). Instagram wird 2021 vor allem bei älteren Jugendlichen aus Deutschland nach WhatsApp als zweitwichtigste App bewertet (mpfs 2021, 34f) und ihren Bewertungen nach von 72% der Jugendlichen am zweithäufigsten genutzt (mpfs 2021, 38). In Österreich sind es sogar 84% der Jugendlichen, die Instagram nutzen (Safer Internet 2021). Damit gehört Instagram zu der: „[...] weltweit populärste[n] App zur Bilderstellung, -nachbearbeitung und -distribution zeitgenössischer mobiler Bilder.“ (Gunkel 2018, 23). Es können eigene Bilder hochgeladen, bearbeitet, Filter angewandt und mit anderen geteilt, aber auch die Bilder von anderen geliked und kommentiert werden (Lee, Lee, Moon & Sung 2015, 555). Es ist eine *All-in-one Software* (Gunkel 2018, 97). Diese bildgenerierende mobile Software erweitert damit die mobilen Kommunikationsmöglichkeiten um eine visuelle Komponente (Instagram 2017, 25).

Durch die komprimierte und automatisierte digitale Bildgenese, können User:innen Instagram sowohl als *bildbasiertes Mikroblogging* als auch *visuellen Informationsaustausch* nutzen (Instagram 2017, 97). Was hier im Vordergrund steht, ist die Welt fotografisch zu sehen (Krämer & Lobinger 2019, 113), wobei die fotografischen Inhalte zum Zweck des Impression Management genutzt werden (Bernhardt 2016; Filimonov et al. 2016 zit nach Sikorski & Brantner 2019, 190) und von ephemeren, aber dafür ästhetisch ansprechendem Charakter sind (Krämer & Lobinger 2019, 113). Sinn wird über Bilder hergestellt und macht Instagram sowohl als relevantes Kommunikationsmedium als auch den Ausdruck ikonischer Kommunikation an sich deutlich.

Aufgrund der eigenen Filter und Anwendungsmöglichkeiten konnte sich der *Instagram-Look* als eigene Bildästhetik etablieren, der als Ästhetisierungsprozess nicht nur die Bilderzeugung, sondern auch die Wirklichkeitserzeugung beeinflusst (Gunkel 2018, 338f). Die soziale Funktion habe ich jedoch zuvor schon generell anhand der Darstellung auf Social-Media erläutert und komme nun darauf zu sprechen, wie die die App zu nutzen ist.

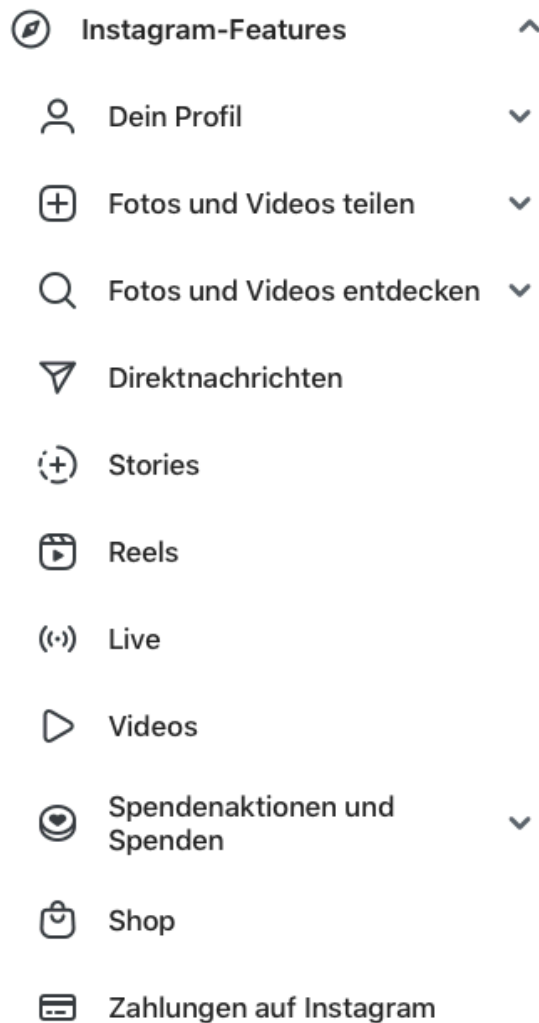


Abbildung 5: Instagram-Features

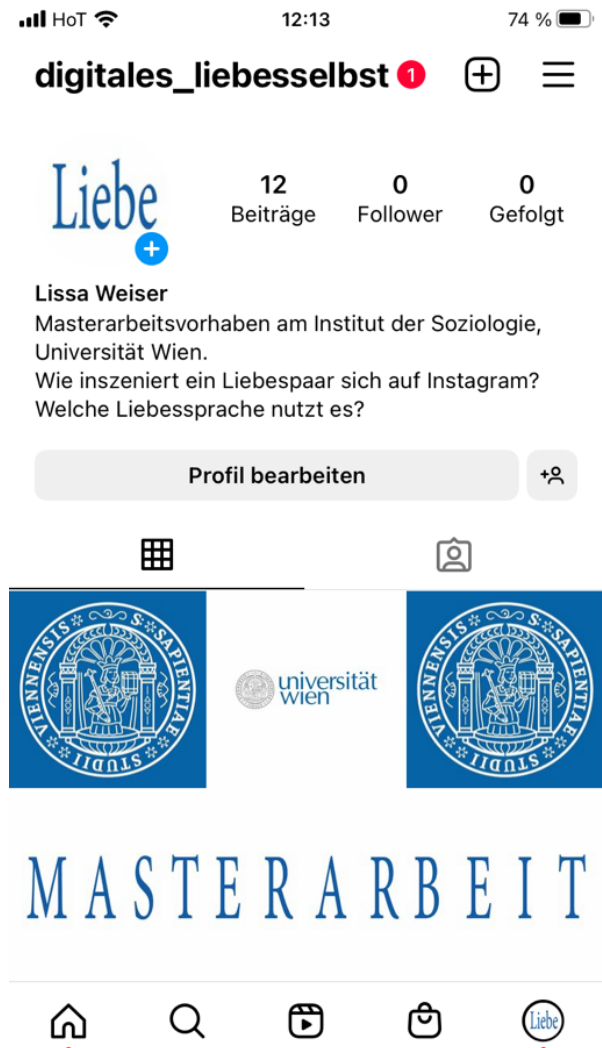


Abbildung 6: Instagram-Account für Forschungszwecke

Auf Abbildung 5 sind neben *Konto verwalten* oder *Sicherheit* alle *Features*, die Instagram zu bieten hat (*Fotos und Videos teilen*, *Fotos und Videos entdecken*, *Direktnachrichten*, *Stories*, *Reels*, *Live*, *Videos*, *Spendenaktionen und Spenden*, *Shop* und *Zahlungen auf Instagram*). Für mein Erkenntnisinteresse ist die Gesamtheit der Fotoauswahl eines Profils relevant, aufgrund dessen ich mich auf die Funktion der Fotos konzentrieren werde. Abbildung 6 zeigt das Profil, das ich für meine Forschung erstellt habe. Ich selbst habe ein paar Bilder hochgeladen (12 Beiträge), ich folge niemandem (0 Follower) und es folgt mir auch niemand (0 Gefolgt, Stand 01.08.2022). Ich habe meinen Namen und eine

Kurzbeschreibung (Bio) hinzugefügt und der Instagram-Name ist *digitales_liebesselbst*. Mein für wissenschaftliche Zwecke erstelltes Profil ist öffentlich, sodass alle Personen, die Instagram nutzen, dieses einsehen können und ich ebenfalls die Inhalte aller Profile einsehen kann, die öffentlich sind. Ist ein Profil privat (Abb. 7), können geteilte Inhalte nicht eingesehen werden. Es besteht jedoch die Möglichkeit, diesem zu folgen und sobald die Anfrage akzeptiert wird, ist dieses Profil ebenfalls zugänglich. Beim Hochladen von Bildern, stehen 20 Filter zur Verfügung (Abb. 8), die noch mal auf den *Instagram-Look* und die zugleich eingeschränkte und vielfältige Ästhetisierungsmöglichkeit, aber auch generelle Bearbeitungsmöglichkeiten verweisen sollen.

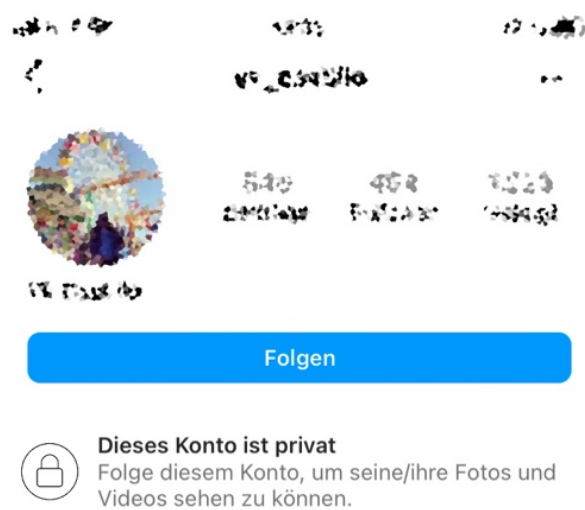


Abbildung 7: Privater Instagram-Account

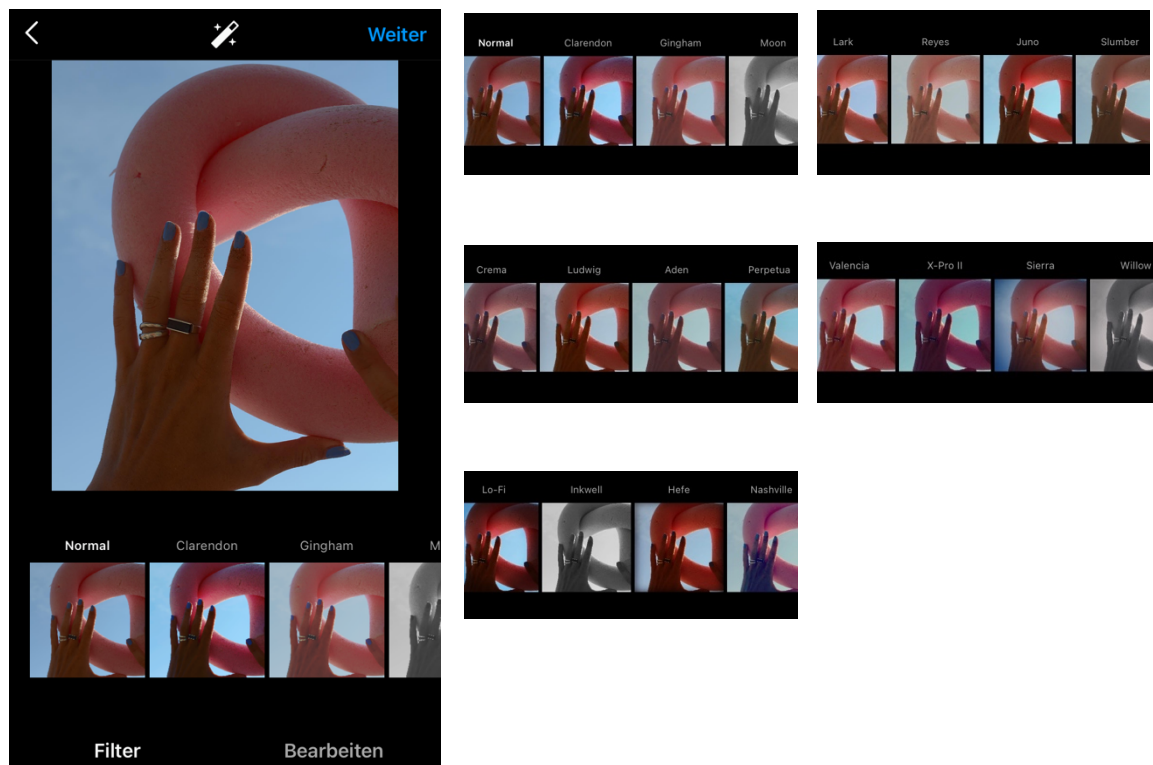


Abbildung 8: Instagram-Fiter

Außerdem gibt es die Option noch vor der Veröffentlichung eine Bildunterschrift zu verfassen, eine Person zu markieren und einen Ort oder eine Spendenaktion hinzuzufügen (Abb. 9). Dadurch kann dem Bild ein Rahmen gegeben werden. Durch das *Profil*, die *Zeitangaben*, *Hashtags*, *Bildunterschriften*, *Kommentare* und *Verlinkungen* werden Bilder gerahmt. Dadurch ist das gesehene Bild und der Inhalt leichter in einen Kontext zu setzen, wie z.B. wann das Bild gepostet oder auch von welchen Personen es *geliked* wurde.

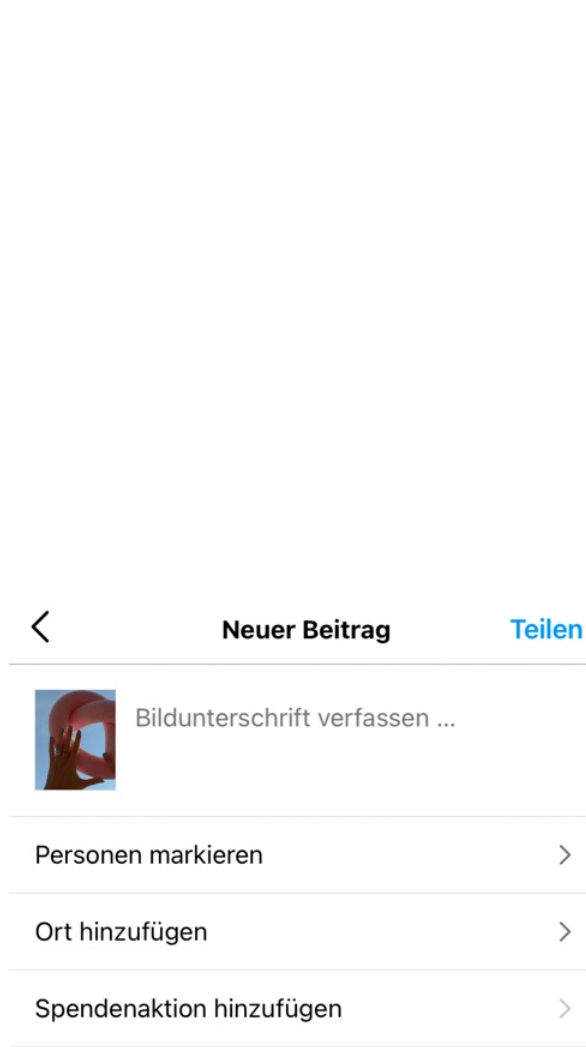


Abbildung 9: Beitrag verfassen auf Instagram



Abbildung 10: Startmaske auf Instagram 1

Um von dem eigenen Profil auf die Startmaske zu gelangen, ist auf Haussymbol zu klicken (links unten Abb. 10). Dort werden in chronologischer Reihenfolge die neuesten Beiträge der Profile gezeigt, denen ich folge. Da ich mit meinem für wissenschaftliche Zwecke erstellten Account niemandem folge, sehe ich nur meine eigenen neuesten Beiträge (Abb. 10).

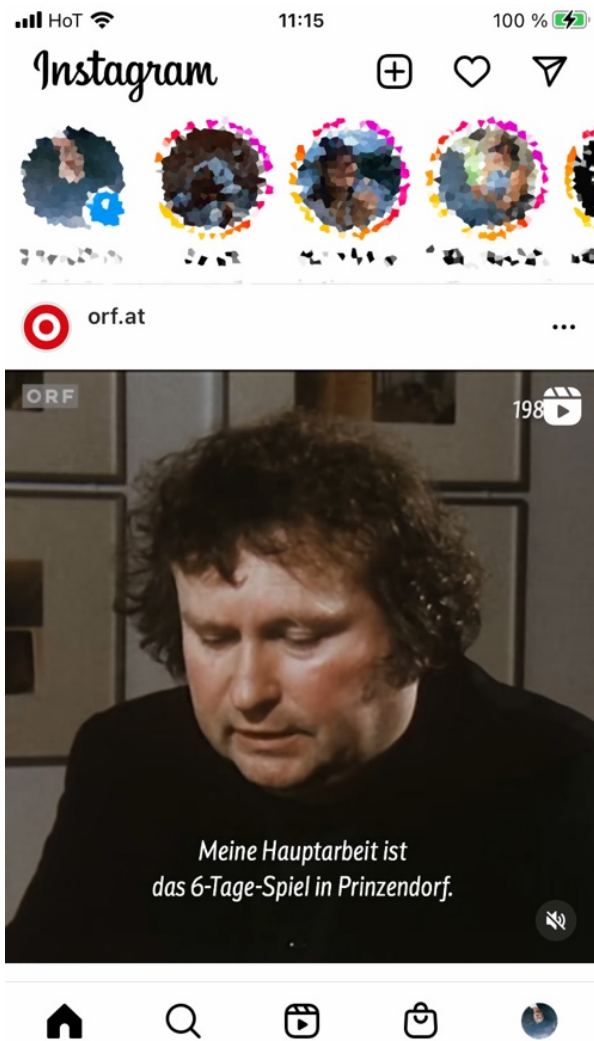


Abbildung 11: Startmaske auf Instagram 2a



Abbildung 12: Startmaske auf Instagram 2b

Mit meinem privaten Account erscheinen auf der Startmaske z.B. Beiträge vom *ORF* (Abb. 11). Durch Scrollen nach unten kann ich außerdem die nachfolgenden Beiträge sehen. Als ich diesen Screenshot gemacht habe (meistens folgt Werbung im zweiten Post), wurde mir zufällig ein Post von *clublifedesign* vorgeschlagen (Abb. 12). Dieser Account bzw. diese Online-Academy gehört unter anderem dem Liebespaar aus Fall 1, das ich im nächsten Schritt analysieren werde und macht deutlich, wie meine Aktivität auf Social-Media eine Spur hinterlassen hat (Labrecque et al. 2011 zit nach Vitelar 2018, 260). Weil ich das Profil von *mariefeandjakesnow* (dem Hauptprofil der beiden) für Forschungszwecke kürzlich oft angeschaut habe, werden mir wahrscheinlich andere Produkte von ihnen angezeigt. Auf meiner Startseite werden mir also nicht nur Beiträge aufgrund des Folgens eines bestimmten Profils vorgeschlagen, sondern auch aufgrund meiner eigenen Aktivitäten und Eingaben, Beiträgen und (#)Suchen auf Instagram. Es sind Werbeschaltungen wie bei Abbildung 12.

Neben dem Scrollen und der Einsicht zusammenhangsloser Beiträge auf der Startseite, kann ich die Bilder auch einzeln betrachten und mir genauer anschauen. Auf Abbildung 13 ist z.B. ein Post zu sehen, der mehrere Fotos zeigt, die durch Wischen auf dem Bildschirm nacheinander zu sehen sind. Ein Post kann auch als Mehrfach-Bild veröffentlicht werden.

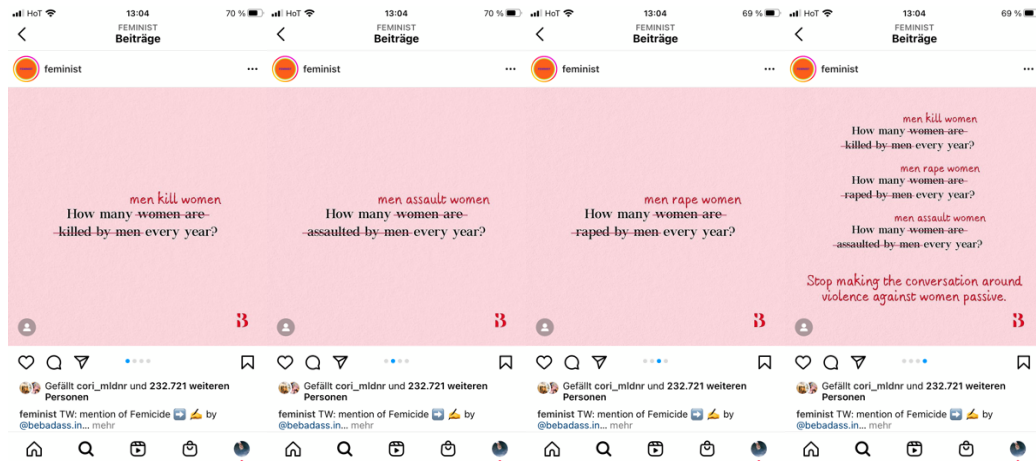


Abbildung 13: Mehrfach-Post auf Instagram

Außerdem kann ich nicht nur auf der Startseite scrollen, sondern auch auf den einzelnen Profilen selbst. Auch hier ergibt sich die Zusammenstellung durch die User:innen, wobei die erzeugten Inhalte nicht von vielen verschiedenen Profilen stammen, sondern nur von einem (Abb. 14).

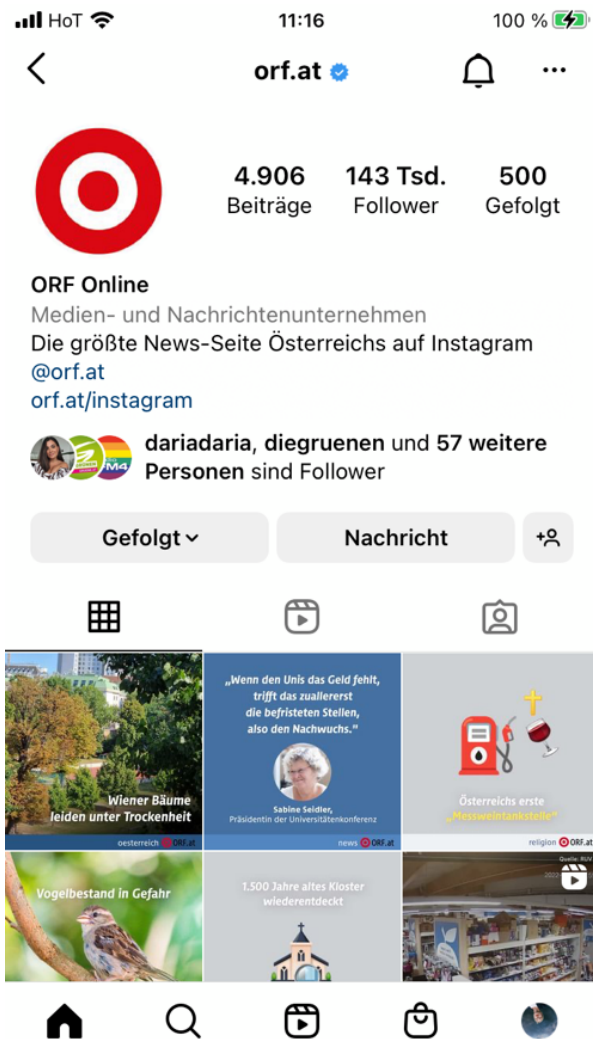


Abbildung 14: ORF-Account auf Instagram 1



Abbildung 15: ORF-Account auf Instagram 2

Der Account des ORF auf Instagram sieht z.B. aus wie auf Abbildung 14 (Stand 03.08.2022). Er hat zu dem Zeitpunkt 4906 Beiträge, die ich mir anschauen kann. Wenn ich auf den ersten Beitrag klicke und wieder herunterscrollle, erscheint der zweite Beitrag, wie auf Abb. 15 zu sehen ist. Das Profil ergibt sich aus der Gesamtheit der zusammengestellten Bilder und Videos als eine Sammlung, welche für Instagram-User:innen zugänglich ist und wie eine Ausstellung besichtigt werden kann.

4.4 Feldzugang und Datenerhebung

Um meine Forschungsfrage, *wie ein Intimsystem sein digitales Liebes-Selbst durch die Fotoauswahl seines gemeinsamen Accounts auf Instagram inszeniert und welche visuelle Semantik der Liebe es dabei nutzt*, werden Paarfotos von jeweils einem Account auf Instagram analysiert. Voraussetzung ist, dass das Profil zusammen von einem Liebespaar geführt wird bzw. als solches auf dem Profil kenntlich gemacht wird, wie z.B. bei Fall 1 meiner Analyse durch den Instagram Namen *mariefeandjakesnow*

(Abb. 17) und der Namensbeschreibung innerhalb des Profils als *MaJa* (Marie und Jake). Es geht bei meiner Untersuchung nicht darum, eine Liebessemantik oder ein Liebes-Selbst herauszuarbeiten, welche für alle Personen der Gesellschaft gültig sind, aus denen die Profile bestehen, sondern um ein fallspezifisches Liebes-Selbst und eine fallspezifische Liebessemantik, die für die jeweilige Bildzusammenstellung und -montage eines Accounts konstitutiv ist.

Für den Feldeinstieg habe ich ein eigenes Profil angelegt, das ich ausschließlich für den wissenschaftlichen Zweck meiner Masterarbeit genutzt habe (Abb. 6). In der Kurzbeschreibung habe ich meinen Namen, Masterarbeitsvorhaben und die Institution *Universität Wien* als solche kenntlich gemacht. Zuerst habe ich in der Suchfunktion mit dem *#couplegoals* und *#relationshipgoals* nach Fotos gesucht, auf denen Paare dargestellt werden, die mich zu potenziellen Accounts führen sollten. Das hat sich als relativ schwierig herausgestellt, da es für den *#couplegoals* allein 46,6 Millionen Einträge (Abb. 16) gibt, die oft nur Bilder auf einem Account einer Einzelperson darstellten, Bilder von Magazinen auf Instagram oder die Fotos von Paarfotograf:innen.

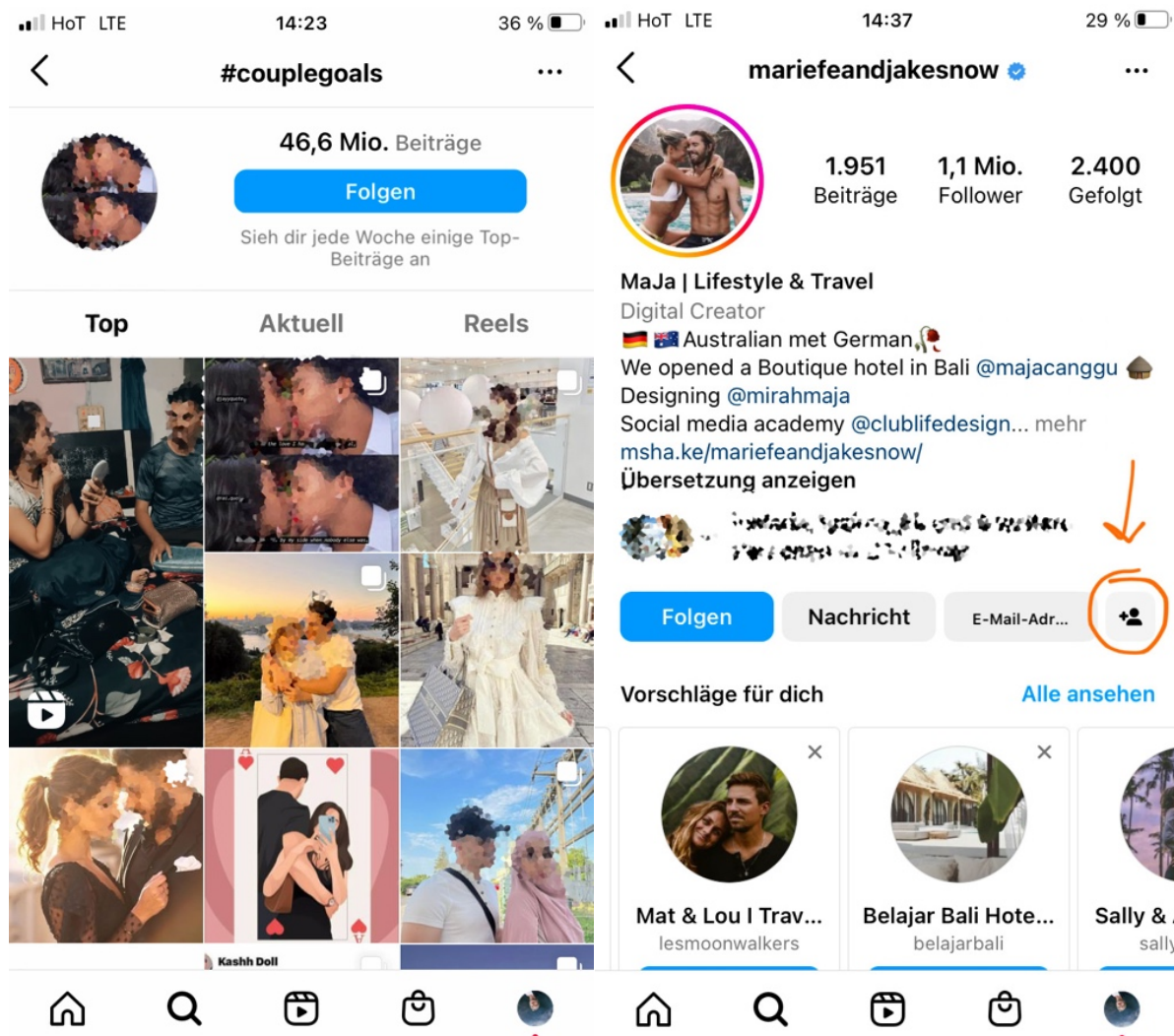


Abbildung 16: #couplegoals-Suche auf Instagram

Abbildung 17: Suchfunktion nach ähnlichen Accounts

Während meiner Recherche habe ich mich viel in meinem Umfeld über meine Untersuchung unterhalten und einige Freund:innen konnten mir die Art von Accounts nennen, die ich gesucht hatte. Spannend daran war, dass ich dadurch gemerkt habe, dass ein Paar-Account tatsächlich ein Begriff ist, der auf Instagram bekannt ist und sich etabliert hat (jedenfalls für einen Teil der Personen, die Instagram nutzen). Eines der Profile war *marieandjakesnow* (Abb. 17). Über dieses Profil konnte ich aufgrund der Suchfunktion (Abb. 17 orange markiert), weitere Personen – ähnlich zu diesem Account – ausmachen und anschreiben, wie z.B. *Mat & Lou* oder *Sally & Adam* (Abb. 17). Über diese Suchfunktion habe ich aber auch herausgefunden, dass es richtige Communities auf Instagram gibt, wie z.B. *travel couples*, *van couples*, *gay couples*, *vegan couples*, *food couples* usw., welche anhand dieser Begriffe und Hashtags ihre Darstellung und Auswahl der Fotos thematisieren.

Ich habe ein Anschreiben und eine Einverständniserklärung auf Deutsch und Englisch verfasst (siehe Anhang) und diese über das Profil auf Instagram verschickt. Alle Profile, die ich gefunden und angeschrieben habe, waren öffentlich, sodass ich die Bilder und Informationen direkt einsehen und abschätzen konnte, ob das Profil für meine Forschung geeignet war. Aufgrund der geringen Rücklaufquote – ich habe 59 heterosexuelle und homosexuelle Paare auf Instagram angeschrieben und eines hat mir geantwortet und war bereit, mir ihre Fotos zur Verfügung zu stellen, hat jedoch die Einverständniserklärung nicht unterschrieben – habe ich allen, die eine E-Mail-Adresse auf Instagram angegeben hatten, erneut per E-Mail geschrieben. Darüber konnte ich zwei weitere Forschungsteilnehmer:innen gewinnen, die mir die Einverständniserklärung unterschrieben zurückgesendet haben (siehe Anhang).

Für die Analyse stehen mir die Fotos der folgenden Profile zur Verfügung (Abb. 18-20).

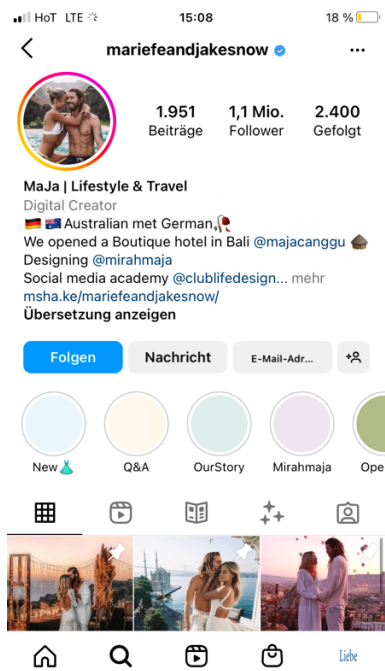


Abbildung 18: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen 1



Abbildung 19: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen 2

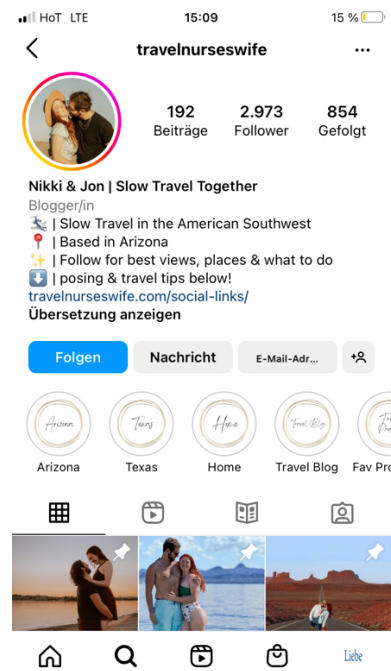


Abbildung 20: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen 3

Da es mir um die reine Inszenierung eines Paares auf Instagram geht, spielt die Geschlechterverteilung innerhalb eines Paares für meine Analyse keine Rolle, ich habe dahingehend jedenfalls keinen Unterschied in der Suche gemacht. Ich habe die Profile in der Reihenfolge analysiert, in der ich sie gefunden habe. Aufgrund forschungsökonomischer Grenzen und im Fall des größten Kontrasts, habe ich mich dazu entschieden, nur das Profil von *mariefeandjakesnow*¹⁵ (Abb. 18) und *ourbestgayveganlife* (Abb. 19) zu analysieren. Der Kontrast liegt formal aufgrund der Anzahl der Follower (1,1 Millionen vs. 1459) und der sexuellen Orientierung des Paares (heterosexuelle vs. homosexuell) vor. Beim Überfliegen der Bilder wird jedoch auch zugleich der Kontrast der Bildproduktion und -bearbeitung deutlich (professionell vs. laienhaft). Für den Vergleich eines heterosexuellen Paares, das weniger Follower hat, wäre die Analyse von dem Profil *travelnurseswife* (Abb. 20) darüber hinaus ebenfalls spannend, um herauszufinden, wie die Inszenierung evtl. abweicht, wenn das Profil weniger professionellen Ansprüchen genügen muss bzw. kein Profil ist, mit dem Personen Geld verdienen (müssen). Wie ich jedoch schon erwähnt habe, blieben mir aufgrund der intensiven Bildanalyse nicht genug Ressourcen, um noch ein weiteres Profil hinzuzunehmen.

¹⁵ Hierbei handelt es sich um einen kommerziellen Account mit über 1 Million Followern und kann deshalb als *öffentliche Persona* betrachtet werden.

Für die Aufbereitung der Daten, habe ich mit meinem Laptop Screenshots angefertigt, um das Bildmaterial datenförmig zu sichern und zu fixieren. Der Laptop gestattet es mir, die Bilder in höhere Auflösung abzuspeichern und einen besseren Überblick über die Fotoauswahl zu erhalten als mit meinem Handy. Da das eine Profil fast 2000 Beiträge aufweist, habe ich die Datensicherung auf die ersten 15 Bilder aus jedem Jahr reduziert. Bei einem Mehrfachpost habe ich die jeweiligen Bilder wie Einzelbilder behandelt. Wenn ein Post z.B. drei Bilder umfasst, zählen sie als drei Einzelbilder. Ich habe von jedem Bild einzeln ein Screenshot angefertigt und die Datei mit den Namenskürzeln des Paares und dem Datum des Posts versehen. Für Profil 1 (*mariefeandjakesnow*) sieht die Datensicherung der ersten fünf Bilder folgendermaßen (Abb. 21) aus:

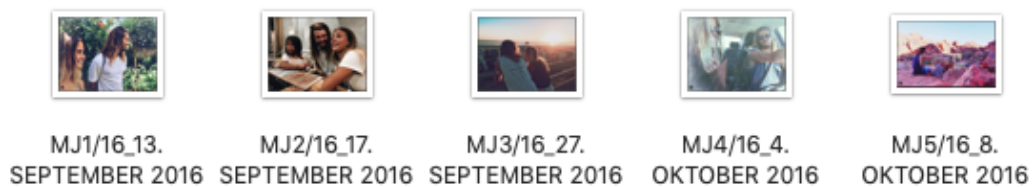


Abbildung 21: Beispiel Datensicherung

Für die Bildanalyse habe ich die Bilder in den Farben ausgedruckt, wie sie gepostet wurden, sie wiederum mit Namenskürzel und Datum (auf der Rückseite) versehen und ausgeschnitten, um sie frei bewegen und Bildcluster nach Ähnlichkeits- und Montageprinzipien zusammen stellen zu können. Fall 1 umfasst 105 Bilder und Fall 2 umfasst 63 Bilder. Dass das Datenmaterial aus Fall 1 so viel umfangreicher ist, geht vor allem auf die Jahre zurück, die es den Account schon gibt. Die Bilder des ersten Accounts sind aus den Jahren 2016-2022 und die Bilder des zweiten aus den Jahren 2018-2022. Außerdem weist die Fotoauswahl des zweiten Accounts insgesamt weniger Posts auf, sodass es auch insgesamt weniger Paarfotos gibt und ich bei Fall 2 nicht immer auf die angestrebten 15 Bilder aus jedem Jahr gekommen bin. Ich will noch mal darauf hinweisen, dass das Datenmaterial nicht jedes gepostete Foto eines Accounts erfasst, sondern nur die Bilder, die das Intimsystem als solches gemeinsam darstellt. Fotos von der Natur, Reiseorten, Restaurants oder Tieren, auf denen die beiden selbst nicht dargestellt werden, wurden nicht in die Analyse aufgenommen.

5. Empirischer Teil

Die folgende Analyse gliedert sich für beide Fälle in die *explorative Phase*, das Identifizieren der *Bildtypen*, die *axiale Analyse* und die *Ergebnisdiskussion*. Ich werde zuerst die Ergebnisse des Accounts *mariefeandjakesnow* darstellen, danach die von *ourbestgayveganlife* und abschließend die Ergebnisse aus beiden Profilen zusammenführen.

5.1 Fall 1 - mariefeandjakesnow

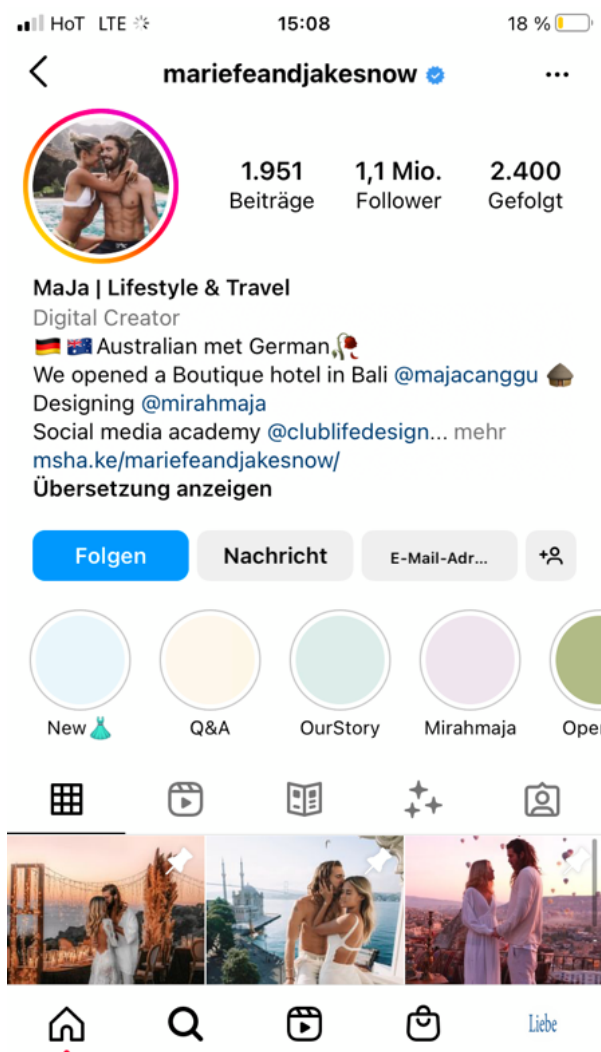


Abbildung 22: Instagram-Account der
Forschungsteilnehmer:innen Fall 1

- Marie und Jake
- 1,1 Millionen Follower
- 1951 Beiträge
- 105 Beiträge ausgewählt für die Analyse
- Account: 2016-2022
- Heterosexuelles Liebespaar

5.1.1 Analyseschritt 1: Explorative Phase – durch rasches Arrangieren und Umarrangieren Wiederholungen und Ähnlichkeitsbeziehungen ausmachen

Ich werde exemplarisch einen Prozess des *raschen Arrangierens und Umarrangierens* darstellen, der mich im weiteren Schritt zu den Bildtypen führt und verdeutlichen soll, wie ich die Methode anwende. Da es sehr aufwendig ist diesen Arbeitsschritt zu verschriftlichen und vor allem Analyseschritt 2 und 3 von wichtiger Bedeutung für die Auswertung sind, soll diese exemplarische Darstellung zur Veranschaulichung dienen, wie ich zur Gruppierung der jeweiligen Fotozusammenstellung und der Identifikation ihrer Bildtypen für das gesamte Datenmaterial aus Fall 1 gelange.

Abb. 23-25 zeigen die chronologische Reihenfolge des Datenkorpus des ersten Profils aus den Jahren 2016 und 2017 (30 Bilder). Die Reihenfolge ist von links nach rechts und von oben nach unten zu lesen (siehe graue Pfeile Abb. 23).



Abbildung 23: Chronologische Reihenfolge a Fall 1

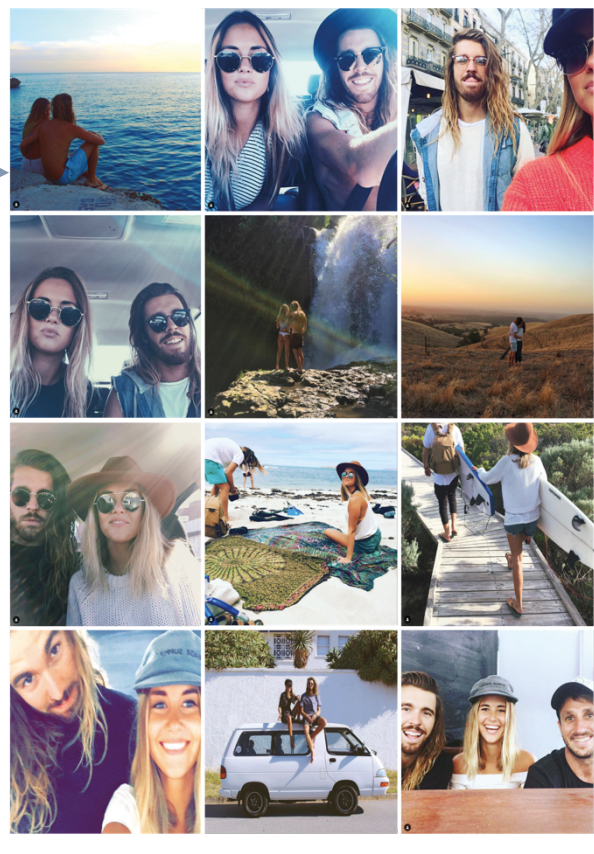


Abbildung 24: Chronologische Reihenfolge b Fall 1



Abbildung 25: Chronologische Reihenfolge c Fall 1

Bei diesem Fotohaufen fallen mir aufgrund der Häufigkeit beispielsweise die Selfies auf, aber auch ein genereller Kontrast zwischen der Fotoaufbereitung: viele Bilder weisen einen Schnappschussscharakter und eine niedrigere Bildauflösung auf, ein paar Bilder (das Liebespaar mit dem Auto auf Abb. 24 oder 25) sehen jedoch professioneller auf. Sowohl in Bezug auf die Bildproduktion als auch die Bildbearbeitung. Mit meinem ersten Blick stelle ich die Bilder nach der Ähnlichkeit *Selfie* zu einem neuen Bildcluster zusammen (Abb. 26). Dieses Bildcluster umfasst 9/30 Bildern. Durch die Zusammenstellung wird die Ähnlichkeit der Bilder deutlicher: Die Bilder

sind relative große Aufnahmen der Gesichter des Liebespaares, Selbstportraits und die meisten durch die als weiblich gelesene Person im Auto beim Fahren aufgenommen. Auch der Gesichtsausdruck ist auf den meisten Bildern sehr ähnlich. Nur das grau markierte Selfie hebt sich etwas ab, weil darauf noch eine weitere Person abgebildet ist.

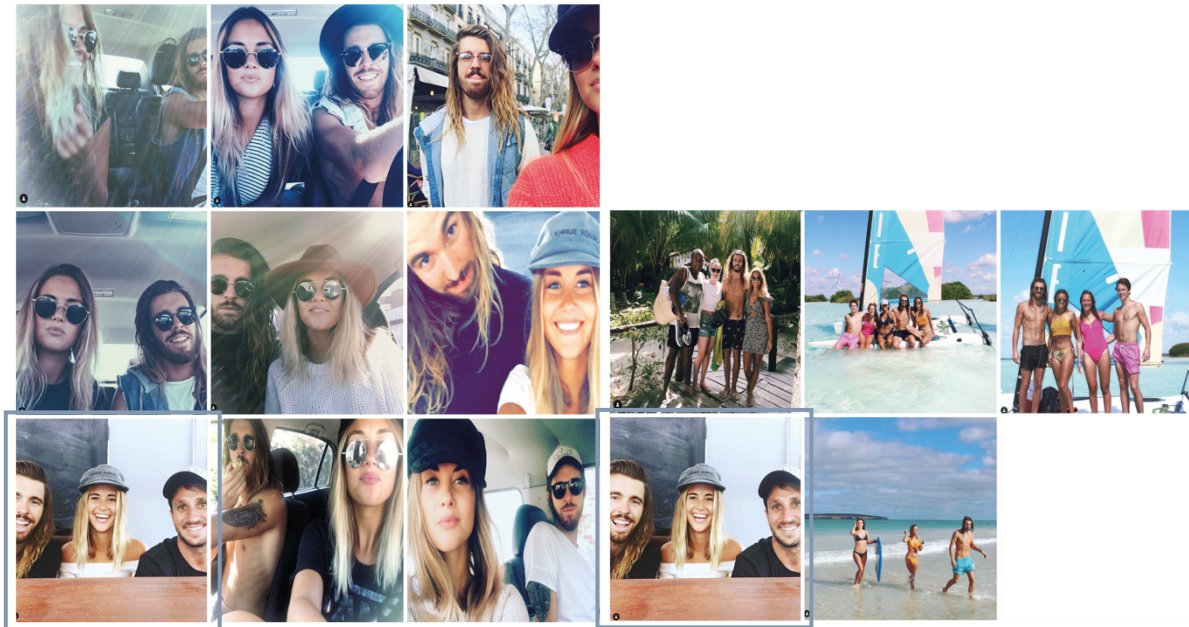


Abbildung 26: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 1 - Selfies

Abbildung 27: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 1 - dritte Andere

Eine weitere Wiederholung, die mir auffällt, ist die Darstellung des Liebespaares mit dritten Anderen. Ich stelle die Bilder, auf denen eine weiteren Person neben dem Liebespaar zu sehen ist, deshalb auch zu einem neuen Bildcluster zusammen (Abb. 27). Dieses Bildcluster umfasst 5/30 Bilder. Wie zu erkennen ist, kann ich das Bild unten links (Abb. 26 und 27) sowohl in die vorläufige Fotoauswahl zu *Selfies* als auch die Darstellung mit *dritten Anderen* einfügen. Ich kann mich entweder dazu entscheiden, das Bild doppelt zu verwenden oder mir anschauen, warum ich die Bilder zu diesem Bildhaufen zusammengefügt habe. Im Vergleich zu den anderen Bildern (Abb. 27), erschließt sich mir das Bild eher als Teil der Fotoauswahl von Selfies als zu der Darstellung von dritten Anderen, weil die restlichen Bilder auf Abbildung 27 Ganzkörper-Aufnahmen sind und rein visuell besser in die Kategorie *Selfies* passt.

Wenn ich Fotos zusammenstelle, kann ich sowohl die inhaltlichen als auch ästhetischen Aspekte betrachten und in Bezug auf die Ähnlichkeitsbeziehung und Wiederholung entscheiden, welche Bilder wie zusammengestellt werden können. Es kann beispielsweise auch passieren, dass sich die bisherige Fotozusammenstellung wieder auflöst, wenn ich die restlichen Fotos des Datenkorpus hinzunehme oder es weitere Selfies mit dritten Anderen gibt. *Selfies mit dritten*

Anderen könnte folgend entweder eine Unterkategorie von *Selfies* sein oder von *Darstellungen mit dritten Anderen*. Das bedeutet, dass die Ähnlichkeitsbeziehungen und deren Benennungen während der explorativen Phase noch beweglich sind und es wichtig ist, weitere Bildhaufen aufgrund verschiedener Montage- und Auswahlprinzipien zusammen zu stellen. Es geht um das Ausprobieren verschiedener Muster, die sich dadurch entweder verdichten oder auflösen. Das implizite Wissen, das ich aufgrund des Gegenstandes der Bilder abrufe, liefert mir die Grundlage der kategorialen Benennung und Anhaltspunkte für die Rekonstruktion dessen, welche Bilder (*markante Bildtypen*) in ein Cluster aufgenommen werden. Ich werde im nächsten Schritt die Bildtypen erläutern, die ich aufgrund des raschen Arrangierens und Umarrangierens gebildet habe.

5.1.2 Analyseschritt 2: Identifizieren der Bildtypen - welche Ähnlichkeitsbeziehungen bringen bestimmte Themen, Vorstellungen, Inhalte oder Ästhetiken hervor?

Aufgrund des raschen Arrangierens und Umarrangierens konnte ich folgende Bildtypen identifizieren:

A

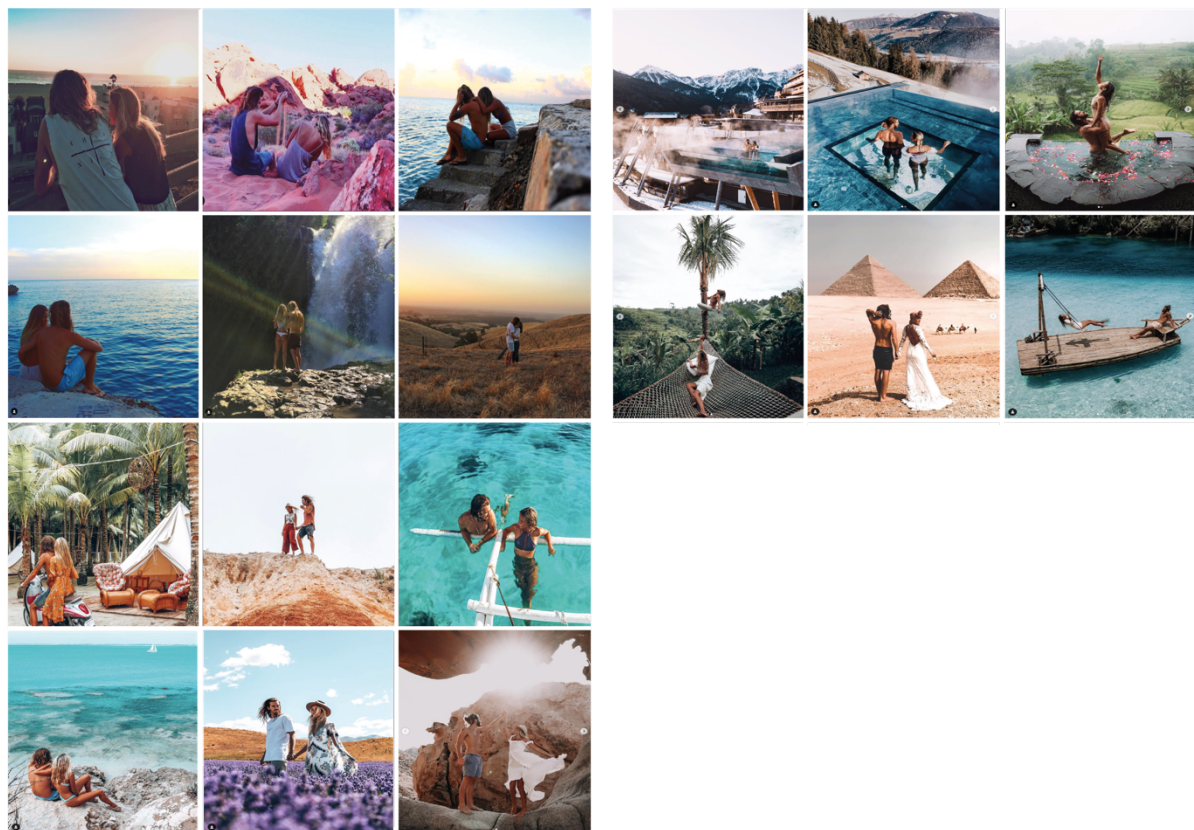


Abbildung 28: Bildtypen Fall 1 - Exklusivität

Die Kategorie A umfasst Paardarstellungen, die einen besonderen Hintergrund haben. Dieser Hintergrund kann aus fernen Orten oder extremen Landschaften mit einer intensiven Farbvielfalt durch Himmel und Meer bestehen. Ebenso sind besondere Aktivitäten im Sinne von beispielsweise Schwimmen in den Bergen oder Spaziergehen bei den Pyramiden möglich. Es geht um das Außergewöhnliche, das durch diese Darstellung mit dem Paar verbunden wird. In formaler Hinsicht sind die Bilder durch eine hohe Intensität und dem Spektrum an Farben, die durch die Nähe zu Meer, Strand und Himmel (Natur) gewonnen werden, gekennzeichnet. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich auch durch die Professionalität der Bilder: Eine hohe Auflösung und professionelle Bildproduktion und Bildbearbeitung, die eine dritte Person einschließt, die die Fotos aufnimmt. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Exklusivität* einordnen.

A'



Abbildung 29: Bildtypen Fall 1 – Beständigkeit der Liebe

Die Subkategorie A' umfasst Bilder, die von wechselnden, besonderen Hintergründen gekennzeichnet sind und das Liebespaar dabei immer die gleiche Pose eines Kusses einnimmt. Es zeichnet sich durch den Kontrast von Beständigkeit durch das Paar und der sich veränderten Umwelt im Hintergrund aus. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Beständigkeit der Liebe* einordnen.

A"



Abbildung 30: Bildtypen Fall 1 - Ehe

Die Subkategorie A" umfasst nur zwei Bilder. Auf diesen ist der Heiratsantrag des Mannes an die Frau dargestellt und vermutlich werden Hochzeitskleider getragen. In beiden Bildern wird die Thematik des besonderen

Hintergrunds und der besonderen Aktivität/Erfahrung zugespitzt. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Ehe* einordnen.

B



Abbildung 31: Bildtypen Fall 1 - Ausblenden der Umwelt

Die Kategorie *B* umfasst Bilder, die in dieser Foto- und Montageauswahl nicht den Hintergrund oder den Kontrast von Liebespaar und Hintergrund thematisieren, sondern Bilder, die eine inhaltliche Ähnlichkeitsbeziehung aufgrund des Fokus‘ auf das Liebes-Selbst, ihrer Nähe und des Sich-Selbst-Genießens aufweisen. Formal kann ihr Ähnlichkeitsprinzip durch Professionalität und Bearbeitung (Schwarz/Weiß, intensivierte Farben) der Bilder beschrieben werden. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Ausblenden der Umwelt* einordnen.

C

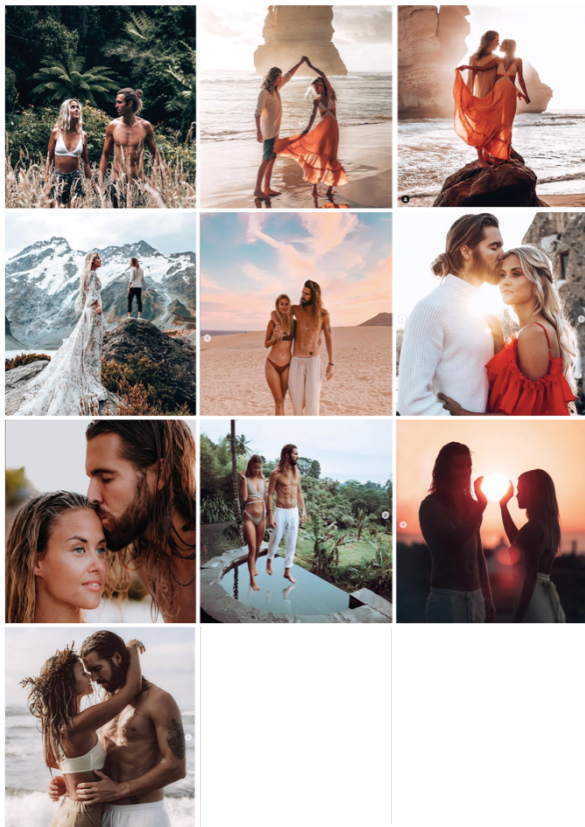


Abbildung 32: Bildtypen Fall 1 – Liebe ist vorherbestimmt

Die Kategorie *C* umfasst Paarbilder, die in formaler Hinsicht durch ein Leuchten/einer Farbgebung und einer bestimmten Ästhetik eines mystischen Schleiers gekennzeichnet sind. Das Paar wird durch die Zusammenstellung der Bilder als göttliche Wesen vereint und füreinander bestimmt dokumentiert. Auch hier folgen die formalen Aspekte einer Professionalität bei der Bildproduktion und Bildbearbeitung. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Liebe ist vorherbestimmt* einordnen.

D

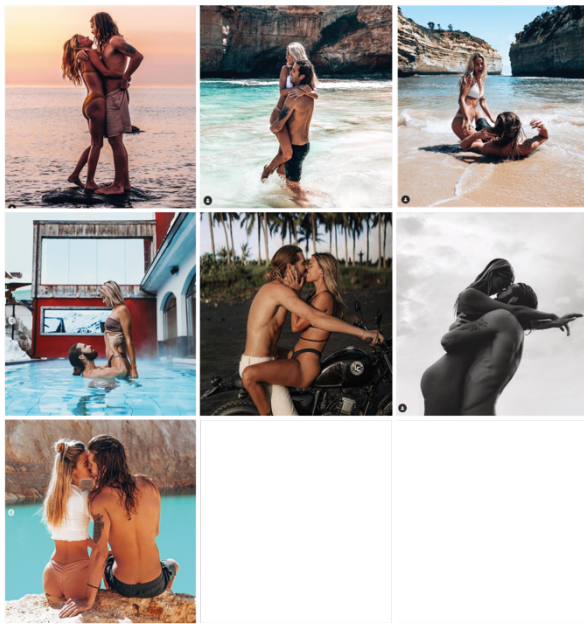


Abbildung 33: Bildtypen Fall 1 – Nacktheit und sexuelle Intimität

Die Kategorie *D* umfasst Körperdarstellungen aus verschiedenen Perspektiven und Ausschnitte des Liebespaares, dessen Ähnlichkeitsprinzip sich durch wenig Kleidung und viel Haut und Nacktheit auszeichnet. Hier entstehen eine sexuelle Intimität und Verbundenheit des Paares. Ich habe diese aus den meisten anderen Bildclustern gebildet. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Nacktheit und sexuelle Intimität* einordnen.

E

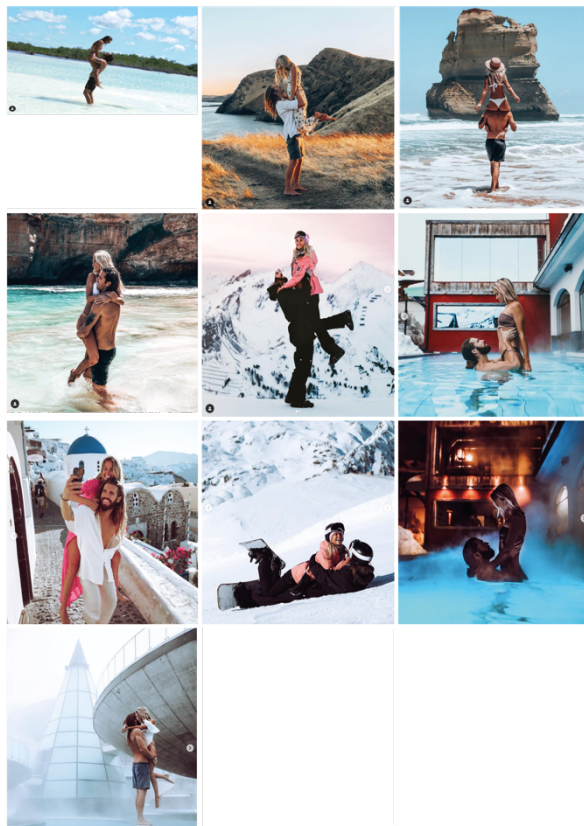


Abbildung 34: Bildtypen Fall 1 – ungleiches Tragen und Heben

Die Kategorie *E* umfasst Bilder, auf denen der Mann die Frau trägt oder hebt. Die Körper sind als Ganzes zu sehen und dieses Körperverhältnis spielt sich relativ mittig vom Bild als etwas Figurales ab. Kennzeichnend sind in formaler Hinsicht die professionelle Bildproduktion und Bearbeitung der Fotos, die bis zu Kategorie *I* für alle weiteren Kategorien gelten. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *ungleiches Tragen und Heben* einordnen.

F



Abbildung 35: Bildtypen Fall 1 – ungleiche Blickbeziehung

Die Kategorie *F* umfasst die Darstellung einer Blickbeziehung, in der die Frau zum Mann aufschaut. Dieses Verhältnis ist nicht nur durch die unterschiedliche Körpergröße ersichtlich, sondern die Zusammenstellung der Bilder erfasst dieses Verhältnis auch aufgrund der räumlichen Verortung der beiden Personen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *ungleiche Blickbeziehung* einordnen.

G

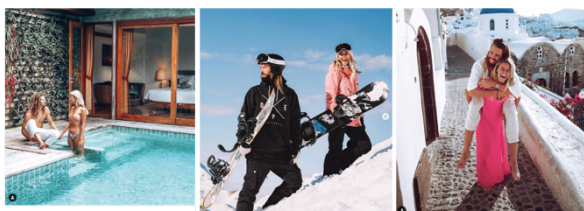


Abbildung 36: Bildtypen Fall 1 – Ironisierung bei ungleichen Verhältnissen

Die Kategorie *G* umfasst Paardarstellungen, bei denen das traditionelle Verhältnis der Blickbeziehung oder des Tragens und Hebens umgedreht wird und die in inhaltlicher Hinsicht durch eine aktive Rolle der Frau gekennzeichnet sind. Eine Ironisierung erfolgt durch Lachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Ironisierung bei ungleichen Verhältnissen* einordnen.

H

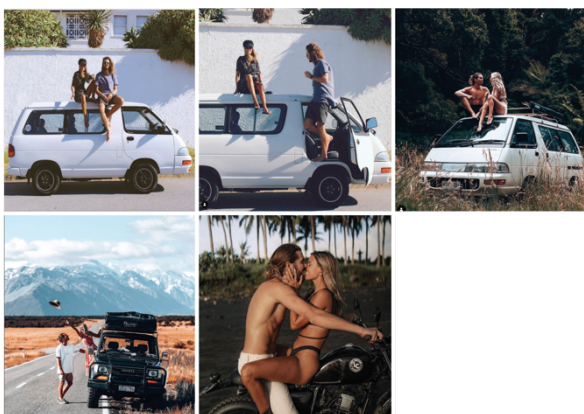


Abbildung 37: Bildtypen Fall 1 – Verdinglichung der Liebe

Die Kategorie *H* umfasst Werbedarstellungen, die das Paar anhand der Ähnlichkeitsbeziehung der Bilder in Bezug auf ein Produkt, wie das Auto oder das Motorrad erfasst. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Verdinglichung der Liebe* einordnen.

I



Abbildung 38 Bildtypen Fall 1 - Gemeinsamkeiten

Die Kategorie *I* umfasst Bilder, auf denen die Personen sich durch äußere Ähnlichkeitsmerkmale auszeichnen, wie z.B. blonde lange Haare, Blickrichtung, Kleidung etc. In formaler Hinsicht lässt sich eine schlechtere Auflösung, ruhigeres Kolorit und ein grundsätzlicher Schnappschusscharakter ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Gemeinsamkeiten* einordnen.

I'



Abbildung 39: Bildtypen Fall 1 - Selfies

Die Subkategorie *I'* umfasst Selfies des Liebespaares, die sich von anderen Porträtdarstellungen unterscheiden, indem sie die Selbstdarstellung in besonderer Weise betonen, weil die Bilder von den Abgebildeten selbst gemacht werden. Als Teil der Kategorie *I* zeichnet sie sich in formaler Hinsicht durch eine schlechtere Auflösung, ruhiges Kolorit und ein grundsätzlicher Schnappschusscharakter aus. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Selfies* einordnen.

I“



Die Subkategorie I“ umfasst Gruppenbilder, auf denen das Liebespaar mit Anderen bei einer Aktivität zu sehen ist. Es handelt sich dabei um Ganzkörperbilder und nicht um Nahaufnahmen. Kennzeichnend ist, ähnlich wie bei Kategorie I, die schlechtere Auflösung und die Tendenz zum Schnappschuss der Bilder. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Liebe und Andere* einordnen.

Abbildung 40: Bildtypen Fall 1 – Liebe und Andere

5.1.3 Analyseschritt 3: Axiale Analyse - welche Akzentuierungen ergeben sich innerhalb des zu untersuchenden Bildclusters aus dem Zusammenspiel einzelner Bilder und Bildtypen?

Für die axiale Analyse werde ich wiederum exemplarisch vorgehen, um diesen Vergleich zu veranschaulichen. Meine Ergebnisse der einzelnen Bildcluster werde ich darauffolgend in einem zusammengezogenen Schritt auf meine Forschungsfrage hin reflektieren und diskutieren, ohne den axialen Vergleich jedes Mal auszuführen, außer er ist hilfreich, um meine Teilergebnisse besser nachvollziehen zu können.

Nach der Identifikation der Bildtypen, gibt es ein paar Bilder, die ich bisher nicht mit einer Kategorie benennen konnte und die ich schon ausschließen wollte, weil sie sich nicht sinnhaft in Bezug auf meine Forschungsfrage einordnen ließen. Ich nehme diese Bilder als Beispiel dafür, weil mir die axiale Analyse geholfen hat, eine Erkenntnis zu gewinnen, die sich an die Erkenntnisse aus anderen Bildtypen anschließen lässt bzw. diese überhaupt erst durch den axialen Vergleich verdichtet. Die Bilder sind auf Abb. 41 und 42 zu sehen. Die Bilder auf Abbildung 41 habe ich aufgrund der Ähnlichkeit durch den Schnappschusscharakter und der Darstellung des Liebespaars, welches sich am/im Meer befindet, erschlossen. Die Darstellung wirkt ein wenig unkoordiniert und wahllos durch die Bildausschnitte und den schrägen Horizont. Innerhalb jeder Darstellung ist die Gehrichtung eine andere und es ist nicht eindeutig, ob die beiden in dieselbe Richtung gehen.



Abbildung 41: Axiale Analyse Fall 1 - Schnappschuss



Abbildung 42: Axiale Analyse Fall 1 - Inszenierung

Vom Inhalt sind die Bilder aus Abbildung 41 ähnlich zu denen aus Abbildung 42. Jedoch weisen die Bilder aus Abbildung 42 tendenziell eine höhere Bildauflösung und professionelle Bildproduktion und -bearbeitung auf. Die Szene ist klarer und das Liebespaar geht deutlich ihren Weg miteinander in eine Richtung (zueinander).

Wenn ich die Bilder axial anordne (Abb. 43), akzentuiert sich dadurch ein Kontrast. Es ist die Gegenüberstellung der professionellen und laienhaften Darstellung des Paares im Wasser. Erst durch diese Anordnung wird die Darstellungsweise des Liebespaares thematisiert, nämlich die Inszenierung der Liebe (Abb. 42) vs. das Teilen von Liebesmomenten (Abb. 41). Es geht um die Gegenüberstellung von Bildern, die schnappschussartig sind und Bildern, die professionell aufbereitet sind. Wenn ich nun noch einen Schritt weitergehe und aus allen Bildtypen ein Bild aussuche und das wiederum mit diesen zwei Darstellungsweisen vergleiche (Abb. 44), akzentuiert sich insgesamt

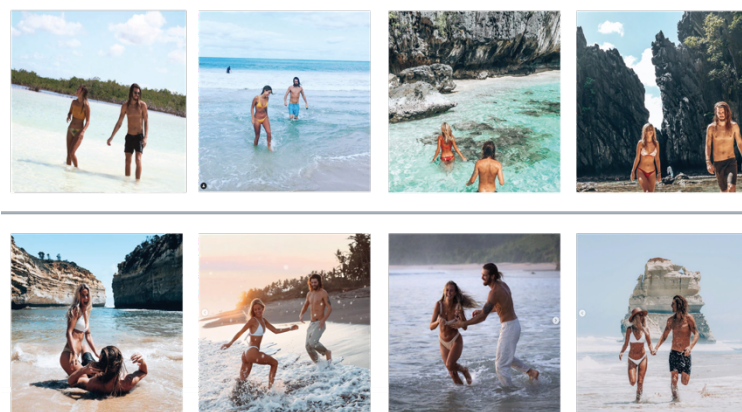


Abbildung 43: Axiale Analyse Fall 1 – axialer Vergleich von Schnappschuss und Inszenierung

eine Darstellungsweise des Liebes-Selbst, welche stärker inszeniert als aus einem spontanen Moment heraus zu entstehen scheint. Ich habe die Bilder in Abbildung 44 grau markiert, die als authentische Liebesmomente gelten können, weil sie überwiegend spontan, amateurhaft sind und

persönliche Details enthalten (Krämer & Lobinger 2019, 115ff). Es sind gerade mal 3/10 Bildclustern, die diesem Format entsprechen. Es verdichtet sich damit die Annahme, dass das Liebespaar sich weniger authentisch als inszeniert über den gemeinsamen Account darstellt. Spannend ist außerdem, dass die Bilder chronologisch angeordnet sind. Die Darstellungsweise aus Abbildung 41 ist aus den Jahren 2016-2019 und wird 2020 von der Darstellungsweise aus Abbildung 42 abgelöst. Das bedeutet, dass die Darstellungsweise von einer ehemals tendenziell authentischen zu einer inszenierten wechselt. Die Schlüsselkategorie, die sich aus dieser exemplarischen, axialen Analyse verdichtet, ist die *Inszenierung*. Ob ich diese Annahme halten kann und welche Rolle der Inszenierungscharakter grundsätzlich in der Darstellung dieses Liebes-Selbst spielt, werde ich anhand der axialen Kategorien im Folgenden weiter ausführen.



Abbildung 44: Axiale Analyse Fall 1 – axialer Vergleich von Schnappschuss und Inszenierung und allen anderen Bildclustern

5.1.4 Analyseschritt 4: Diskussion - wie lassen sich die Analyseergebnisse in Bezug auf meine Fragestellung reflektieren und diskutieren?

Im zweiten Analyseschritt konnte ich insgesamt 12 markante Bildtypen ausmachen. Für eine weitere Analyse gilt es, diese Bildcluster zu verdichten. Über die axiale Analyse können signifikante Ähnlichkeiten oder starke Gegensätze herausgearbeitet werden, die das Bildmaterial auf das Wesentliche komprimieren. Die Analyse verläuft daher nicht linear, sondern in mehreren Phasen. In der ersten Phase habe ich über den axialen Vergleich die 12 Bildtypen miteinander in

Beziehung gesetzt und sie in axiale Kategorien eingeordnet: *Romantisches Liebesideal*, *Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung* und *Teilen von (Liebes)Momenten*. In der zweiten Phase habe ich die axialen Kategorien erneut verglichen und sie wiederum auf Ähnlichkeiten und Gegensätze untersucht. Ziel war es, den abstrahierenden Zusammenhang trotz unterschiedlicher Aspekte herauszuarbeiten und die Schlüsselkategorien zu identifizieren. Die Schlüsselkategorien, die sich aus dieser Analyse für Fall 1 ergaben, sind *Konsum* und *Ästhetik*. Für einen Überblick der verschiedenen Kategorien habe ich die folgende Grafik (Abb. 45) aufbereitet:

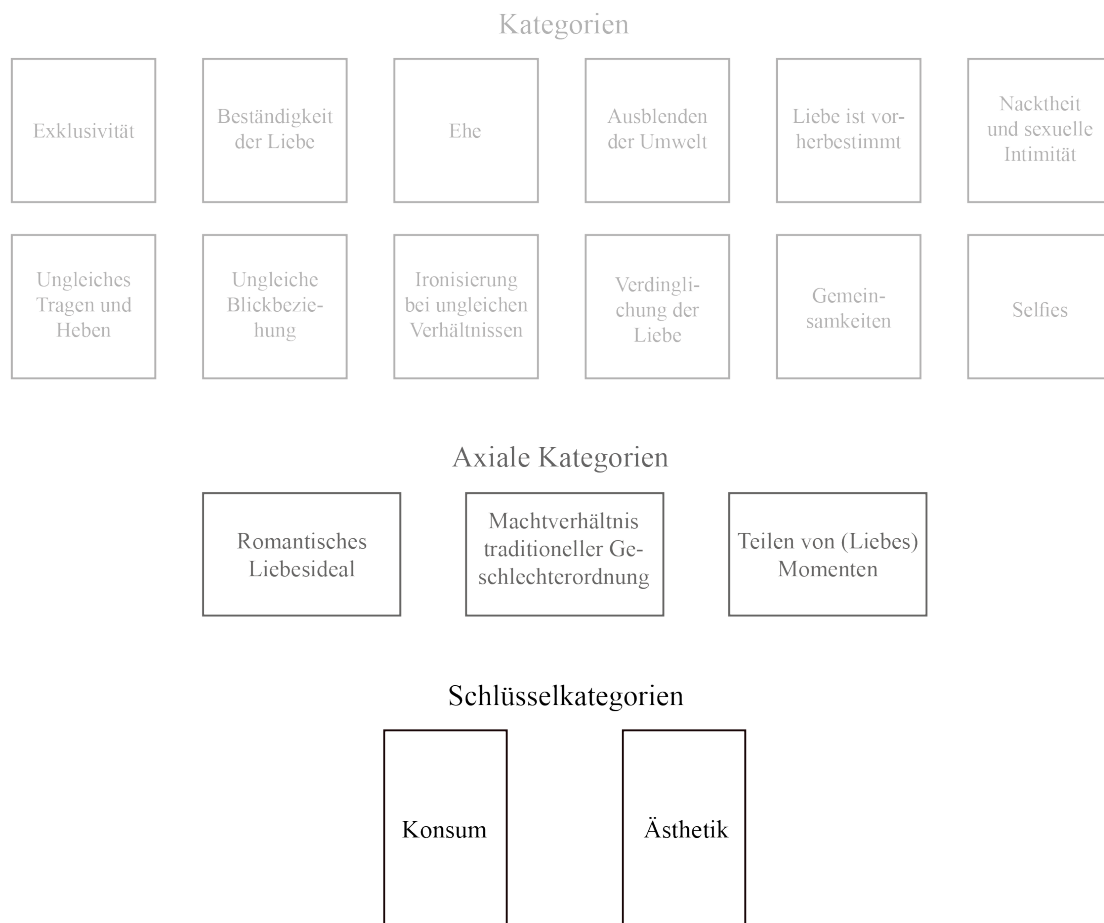


Abbildung 45: Axiale Analyse Fall 1 – Übersicht über die Kategorien

Ich stelle diese Informationen der folgenden Diskussion voraus. Für die Aufbereitung der einzelnen Kategorien oder axialen Kategorien bedeutet das, dass ich die Schlüsselkategorien im Folgenden nicht als Summe dieser übereinstimmenden Aspekte herausarbeite, sondern als Rückbezug zu ihnen und um die jeweilige Kategorie wiederum einzuordnen. Ich möchte nun die Spezifik der axialen Kategorien und Schlüsselkategorien anhand der einzelnen Kategorien sichtbar machen und die Teilergebnisse auf meine Fragestellung hin reflektieren und diskutieren. Dafür stelle ich zu Anfang meiner Ergebnisse je einen kurzen, theoretischen Bezug her.

Das Romantische Liebesideal

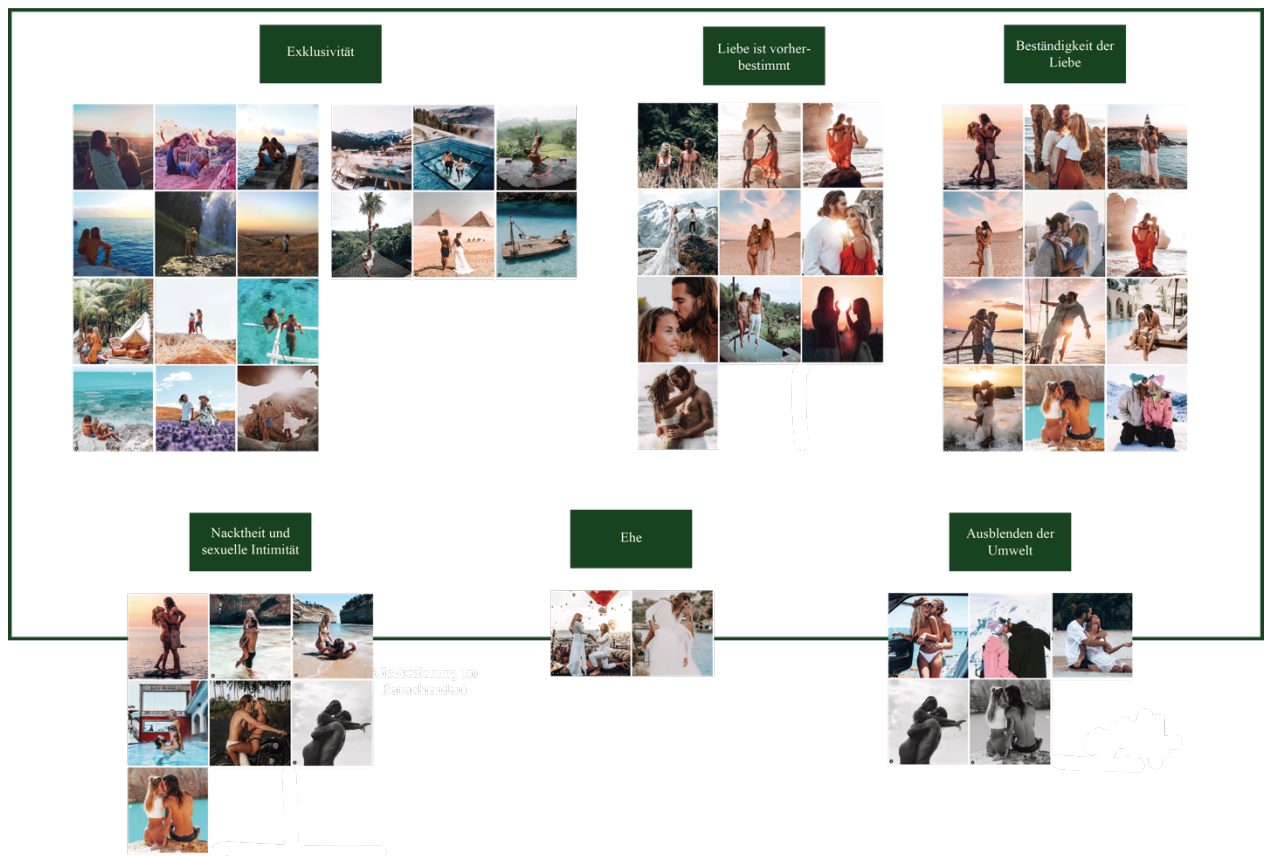


Abbildung 46: Diskussion Fall 1 – Romantisches Liebesideal

Die axiale Kategorie *Romantisches Liebesideal* umfasst die Bilder der Kategorien *Exklusivität*, *Ehe*, *Liebe ist vorherbestimmt*, *Beständigkeit der Liebe*, *Nacktheit und sexuelle Intimität* und *Ausblenden der Umwelt*. In formaler Hinsicht sind die Bilder durch eine hohe Intensität und dem Spektrum an Farben, die durch die Nähe zum Meer, Strand und Himmel gewonnen werden, gekennzeichnet. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich außerdem durch die Professionalität der Bildproduktion und Bearbeitung (Schwarz/Weiß, intensivierte Farben, Perspektiven, Hintergrund usw.), die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Die Bilder weisen eine ästhetische Grundoptik auf, die sich nicht nur formal in der Aufbereitung der Fotos widerspiegelt, sondern auch inhaltlich. Im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert sich eine *Ästhetik*, die sich durch die schönen Orte und Hintergründe, das schöne Wetter, die schöne Stimmung, die schönen Themen auf den Bildern und die schönen Körper (mit gängigen Schönheitsnormen, wie schlank, gesund, groß, blond und jung) auszeichnet. Ein weiteres Montage- und Auswahlverfahren dieses Bildclusters ist der *Konsum*, welches sich vor allem durch die Wiederholung der Darstellung von *Freizeit*, *Urlaub* und *Spaß* zeigt. Dieses Verfahren zeigt sich

außerdem in der professionellen und dadurch wahrscheinlich kostenintensiven Aufbereitung der Bilder, die ebenso Teil dieser Konsumlogik ist. Zusammengefasst kann gesagt werden, dass die Bilder, die sich unter die axiale Kategorie *Romantischen Liebesideals* einordnen lassen, durch eine visuelle Symbolik auszeichnen, die einen semantischen Sinngehalt des *Konsums* und der *Ästhetik* vermitteln und anhand der Fotoauswahl dieses Liebespaares zur Darstellung ihres Liebes-Selbst als Teil der Liebessemantik verwendet werden. Das bedeutet, dass Teil der Liebessemantik ist: Liebe ist Romantik, Liebe ist Konsum und Liebe ist Ästhetik.

Ich werde im Einzelnen nun darauf eingehen, welche spezifischen Akzente durch die Wiederholung bestimmter Motive innerhalb der einzelnen Kategorien gesetzt werden und welche weiteren Kommunikationsgehalte ich für mein Erkenntnisinteresse daraus gewinnen kann.

Exklusivität, Dauerhaftigkeit, Ehe, Entwertung der Umweltbezüge, Liebe ist selbsterklärend und Sexualität (Lenz 2009, 276-79; Luhmann 1998, 163-82) sind als Attribute in das romantischen Liebesideal eingebunden, als Wesensmerkmale, die diese Liebesform ausmachen. Die Nähe zu meinen Kategorien ist offensichtlich: *Exklusivität, Beständigkeit der Liebe, Ehe, Ausblenden der Umwelt, Liebe ist vorherbestimmt und Nacktheit und sexuelle Intimität.*

Exklusivität

beruht auf der Überbetonung von Individualität, die sich in der romantischen Liebe als durch Finden von einzigartiger Partner:innen manifestiert. Durch die Verschmelzung zweier einzigartiger Individuen gewinnt diese Beziehung erst ihre Einmaligkeit und Exklusivität (Lenz 2009, 278). Im Montage- und Auswahlprinzip dieser Kategorie (siehe Seite 66) dokumentiert sich die Einzigartigkeit des Liebespaares durch besondere Aktivitäten und besondere Hintergründe. Es akzentuiert sich jedoch nicht nur eine gewisse Einzigartigkeit der Aktivitäten und Hintergründen, sondern durch das Alleinstellungsmerkmal des Liebespaares auf dem Bild seine Einzig-Artigkeit überhaupt. Die Darstellung gilt ausschließlich dem zu sehenden Liebes-Selbst und verleiht dem Bildcluster erst seinen Namen. Es geht dabei nur um das Liebespaar und dessen Besonderheit, die sich durch Aneignung verschiedener Schauplätze und Aktivitäten auszeichnet, welche eine ästhetische Grundoptik aufweisen. Zum einen erweckt dies den Eindruck des Liebespaares als raumeinnehmend – im Sinne von konsumierend - der Liebe als eine Art ästhetischen Räumlichkeit und der Aneignung der Umgebung zum Zweck als eben dieser Darstellung der Liebe als besonders und exklusiv. Zum anderen möchte ich an das Ritual erinnern, wie es Goffman definiert und die mediale Selbstdarstellung, die eben von dieser überhöhten Darstellung des Alltag-Selbst bzw. Alltag-Liebesselbst lebt. Ich möchte damit die Selbstdarstellung als Kult hervorheben. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Besonderheit, Liebe ist Ästhetik und braucht schöne Orte und Motive und Liebe ist Konsum.

Dauerhaftigkeit

der Beziehung gründet auf der Annahme, dass Liebe keine Stabilisatoren braucht und die Liebe selbst auf Dauer und Treue gebaut ist. Liebe existiert dann, wenn Liebe zeitlich unbegrenzt ist (Lenz 2009, 277). Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie (siehe Seite 67) dokumentiert sich eine Beständigkeit des Liebespaares, das mit den verschiedenen Anforderungen der Welt und wechselnden Kontexten umgehen kann und damit als Liebespaar alles andere überdauert. Durch die Wiederholung der gleichen Pose des Kusses akzentuiert sich das Intimsystem als Eins, das sich gegenüber der Umwelt durch ihre Verschmelzung differenziert. Das Thema, das hier zugrunde liegt, ist zum einen erneut der Wechsel verschiedener, besonderer Hintergründe und die Exklusivität, zum anderen aber auch das Überdauern der Liebe über die sich verändernde (Um)Welt dieses Paares hinweg. Durch die Fotoauswahl des Liebespaares wird eine Sicherheit dargestellt, die durch die Vereinigung der beiden Personen ausgedrückt wird und die Probe der Dauer zu bestehen scheint. Als Subkategorie von Exklusivität folgt sie außerdem den Auswahl- und Montageprinzipien des Konsums und Ästhetik. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist von Dauer und Ewigkeit, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Besonderheit, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik und braucht schöne Orte und Motive und Liebe ist Konsum.

Ehe

gilt als die Vollendung der Liebe. Ein Postulat des romantischen Liebesideals ist die Einheit der Liebe und Ehe und die Liebe als konstitutives Moment der Ehe (Lenz 2009, 277). Zwar dokumentiert sich im Auswahlprinzip der Bilder der Kategorie (siehe Seite 67) kein Eheleben an sich, jedoch dokumentiert sich in der Darstellung des Heiratsantrages und des Hochzeitskleides als Subkategorie der Exklusivität die Zuspitzung dieser Liebe als einzigartig und kann somit jedenfalls als Vollendung der Liebe und dem Wunsch eine Ehe zu führen gesehen werden. Es gelten außerdem die zu Exklusivität bereits erläuterten Montage- und Auswahlverfahren der Bilder. Ähnlich wie bei dem *öffentlich inszenierten Heiratsantrag* (Mangione 2014) wird der Heiratsantrag durch die Darstellung eventisiert und inszeniert. Wenn ich von den Ergebnissen Mangiones ausgehe, kann ich annehmen, dass diese Art des Heiratsantrags den Mann in eine aktive Position versetzt und die Frau in eine passive. Dies verstärkt die traditionelle Rollenverteilung und fungiert nicht zwangsläufig als Beweis gegenseitiger Liebesbestätigung, sondern vor allem als Selbstbestätigung des Mannes (Mangione 2014, 52). Dies verweist auf eine asymmetrische Machtstruktur innerhalb des Liebespaares. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Ehe, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Besonderheit, Liebe ist Ästhetik und braucht schöne Orte und Motive und Liebe ist raumeinnehmend/konsumierend (Konsum).

Entwertung der Umweltbezüge

ergibt sich durch den Individualitäts- und Exklusivitätsanspruch des romantischen Liebesideals, der das Individuum im Glauben einer einmaligen Chance, die Liebe seines Lebens zu finden zurücklässt. Dadurch wird die Liebe zur wichtigsten Angelegenheit im Leben und alles andere nebensächlich (Lenz 2009, 279). Das neue Bild, das hier durch die Fotoauswahl (siehe Seite 68) entsteht, ist das Liebespaar als (liebes)selbstgenügsam. Es braucht weder eine besondere Aktivität noch einen aufregenden Hintergrund, sondern nur die Beiden vereint. Im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert sich eine Fokussierung auf das Intimsystem allein und das Ausschalten aller anderer Aspekte im Hintergrund. Im Gegensatz zur Kategorie *Dauerhaftigkeit* des Intimsystem auf den Bildern nicht über die gleichbleibende Pose und über wechselnde Hintergründe hinweg her- und dargestellt, sondern über das Ausblenden der Umwelt (Entwertung). Das Intimsystem bildet sich nicht durch die Vereinigung über den Blick nach außen, sondern über den Blick nach innen. Im Auswahl- und Montageprinzip dokumentiert sich die Umwelt als entwertet und das Konstatieren der Liebe als das Wichtigste auf der Welt, das Intimsystem als eine Welt. Zwar beruht das Auswahlverfahren dieses Clusters nicht so sehr auf den besonderen Hintergründen, jedoch wird der Konsumcharakter trotzdem durch die Freizeit- und Urlaubsaktivitäten sowie die formale und inhaltliche Ästhetik der Bilder deutlich. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Ausblenden der Umwelt, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik und Liebe ist Konsum.

Liebe ist selbsterklärend

in dem Sinne, dass Liebe ihren eigenen Gesetzen folgt und der Grund der Liebe nur in ihr selbst liegen kann (Lenz 2009, 279). Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie Liebe dokumentiert sich etwas Gottes- oder Engelsgleiches. Die Fotoauswahl (siehe Seite 68) erzeugt die Liebenden als von Gott gesandt oder gesegnet und von Gott als Liebende vorherbestimmt. Es erzeugt die Assoziation von einem Jesus mit langen Haaren als Retter, der die als weiblich gelesene Person bei der Hand nimmt und gemeinsam mit ihr über das Wasser laufen kann oder von Adam und Eva aus dem Paradies, die beide aus einem Körper entspringen. Durch die hellen Bilder, das Licht und die Nähe zur Natur, dem Himmel, dem Wasser und der Erde, dokumentiert sich in diesen Bildern ein mystischer Schleier, der sich um das Liebespaar legt und diese Darstellung ihre Bestimmtheit als Paar heiligt. Es entsteht der Eindruck einer Magie der Liebe, die nur da passiert, wo die ‚wahre große Liebe‘ gefunden wird und nur da, wo Liebe existiert und Liebe sich selbst erklärt. Weiter dokumentiert sich auch hier die Exklusivität des Intimsystem durch die besonderen Hintergründe und damit wiederum ein Konsum, der dem Liebespaar in ihrer Darstellung folgt, aber auch die Ästhetik durch Schönheitsideale, wie schlank, durchtrainiert, groß, blond und jung und der formal-ästhetischen Grundoptik der Bilder. Semantische

Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Vorherbestimmung, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Magie, Liebe ist Ästhetik und Liebe ist Konsum.

Sexualität

löst sich als Schamgefühl oder etwas, das kontrolliert und unterdrückt werden muss im romantischen Liebesideal auf, sodass Sexualität in die Liebesform eingebunden wird und die Einheit „sexueller Leidenschaft und affektiver Zuneigung“ zulässt (Lenz 2009, 276). Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie *Nacktheit und sexuelle Intimität* (siehe Seite 69) dokumentiert sich ein Miteinander, das von viel Haut, Körperlichkeit und sexueller Intimität geprägt ist, welches fast ausschließlich über den gesamten Bildkorpus des Accounts hinweg gilt. Zwar wird die Sexualität zwischen dem Liebespaar nur angedeutet und nicht im Akt des Koitus tatsächlich ausgeführt, jedoch reicht das aus, um den Ausdruck der sexuellen Leidenschaft erkennen zu können. Außerdem möchte ich darauf verweisen, dass Instagram ein digitaler Raum ist, in dem eine Zensur sexueller Darstellung erfolgt, wenn diese nicht gewissen Anforderung entspricht (Instagram help 2022).

Diese Intimität, die dargestellt wird, kann ebenfalls etwas Ursprüngliches des Intimsystems sein: Die Natur ihrer Menschlichkeit als triebgesteuert und ihrer Sexualität und Reinheit, so wie sie füreinander bestimmt sind. Das Auswahl- und Montageverfahren ist demnach das von (sexueller) Nähe, welche nur diese zwei auserwählten Individuen miteinander erfahren können und verweist erneut auf ihren Exklusivitätsanspruch. In Bezug darauf möchte ich auf den Inszenierungscharakter verweisen: Gerade bei der Darstellung sexueller Intimität wird eine Art Schein-Exklusivität deutlich, also eine Exklusivität der Intimität, die das Paar mit der ganzen Welt teilt, wenn es die Darstellung veröffentlicht und diese damit nur noch ein Schein sein kann. Exklusivität ist etwas Privates, aber öffentlich gepostete Bilder können niemals privat sein (Goffman 1981; Müller 2018) und deshalb dokumentiert sich in diesem Montage- und Auswahlprinzip auch die Logik der Plattform *Instagram* und der Zwang des Umstülpens des Privaten in den öffentlichen Raum und des im digitalen Raum inszenierte Liebespaar. Interessant ist in diesem Zusammenhang die chronologische Reihenfolge des gesamten Bildkorpus (bildet sich schon auf den Abbildungen 23-35 ab, siehe Kapitel 5.1.1). Zu erkennen ist, dass die Darstellung von *Haut, Körperlichkeit* und *Berührung* zuerst nicht so präsent ist und dann zunimmt. Daraus lässt sich schließen, dass die Intimbeziehung immer näher und geschlossener wird, dass sich die Liebessemantik ändert, aber auch, dass die Inszenierung auf Instagram immer vollkommener wird, indem das Liebespaar vermeintlich alles Private als Vollendung ihrer Liebe in die Öffentlichkeit trägt. Das Konzept des *Prosumption* (siehe Kapitel 2.2.1) scheint mir an dieser Stelle passend: Das Liebespaar muss (sexuelle Intimität als Teil der) Liebe für die Öffentlichkeit produzieren, um ihre Liebe konsumierbar zu machen und ist damit wiederum konsumlogisch orientiert. Durch die Akzentuierung des Körpers und der sexuellen Intimität wird außerdem der

Blick auf Körper gelenkt, die sich nach gängigen Schönheitsidealen richten und einer gewissen Ästhetik folgen. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist sexuelle Intimität und Nacktheit, Liebe ist Körperlichkeit und Natürlichkeit, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik, Liebe ist Produktion und Konsum und Liebe ist Inszenierung.

Zwischenfazit

Aufgrund der vielen Bildtypen und Anzahl der Fotos (54/105), die die axiale Kategorie *romantisches Liebesideal* umfasst, scheint das romantische Liebesideal als Liebescode einen Großteil der Liebessemantik dieses Intimsystems auszumachen. Es können zwar nicht alle Aspekte des romantischen Liebesideals durch die Bildcluster rekonstruiert werden, sodass z.B. die *Elternschaft* (Lenz 2009, 277) – ähnlich wie die Ehe als Vollendung der Liebe – sich nicht in der Darstellung finden lässt. Es ist in diesem Fall jedoch möglich, den Umstand der (noch) Nicht-Elternschaft auf das Alter der Individuen zurückzuführen. Es steht als mögliche Zukunft offen, zeichnet sich in dieser Fotoauswahl zum jetzigen Stand jedoch nicht ab. Erwähnenswert ist, dass sich vor allem die *Dominanz des Selbstverwirklichungsmotivs* des Individuums, das *Verschwinden von Geschlechtsspezifik* (Lenz 2009, 287) und die *Aufwertung der Kommunikation*¹⁶ (Lenz 2009, 288), die heute als Veränderungstendenzen des romantischen Liebesideals gelten, sich nicht in der bisherigen Untersuchung zum romantischen Liebesideal im Montage- und Auswahlprinzip dokumentieren. Das unterstreicht die Tendenz dieser Darstellung als traditionell, die sich außerdem auf die geschlechtsspezifischen Rollen bezieht. Die Spezifik, die sich in der axialen Kategorie *romantisches Liebesideal* akzentuiert, ist zum einen die romantische Steigerung durch einen Idealtypus des romantischen Liebesideals und zum anderen die darin enthaltende Tendenz zu traditionellen Werten und Vorstellungen. Ich möchte im nächsten Abschnitt tiefer auf axiale Kategorie *Machtverhältnisse* zu dieser traditionellen Geschlechterordnung eingehen.

¹⁶ Zu den Veränderungstendenzen des romantischen Liebesideals heute:

- a) Die *Dominanz des Selbstverwirklichungsmotivs* umfasst den „Anspruch auf Selbstverwirklichung und das Streben nach persönlichem Wachstum“. Es geht in Beziehungen nicht mehr so sehr darum, sich selbst für die Liebe aufzugeben, sondern sich selbst zu finden und für eine geglückte Partner:innenschaft eine autonome Person zu werden → therapeutische Liebe (Lenz 2009, 286f).
- b) Das *Verschwinden der Geschlechtsspezifik* wird in Ratgebern festgestellt, innerhalb derer „Unterschiede zwischen Männern und Frauen in dem, was sie tun sollen, müssen oder dürfen“ verschwinden. Es bahnt sich der Versuch an, die Vereinbarung von männlicher Autonomie und weiblicher Affektivität und den Grundsatz gleicher Rechte und Pflichten für alle, anstatt einer Ungleichbehandlung zu wagen → androgyne Liebe (Lenz 2009, 287).
- c) „Unlösbar verbunden mit dem Verschwinden der Geschlechtsspezifik und der Dominanz des Selbstverwirklichungsmotivs ist eine starke Aufwertung der Kommunikation zwischen den Beziehungspersonen“. Daraus resultiert, dass Konfliktvermeidung verabschiedet und Offenheit und Ehrlichkeit willkommen geheißen wird (Lenz 2009, 288) → kommunikationsaffine Liebe.

Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung

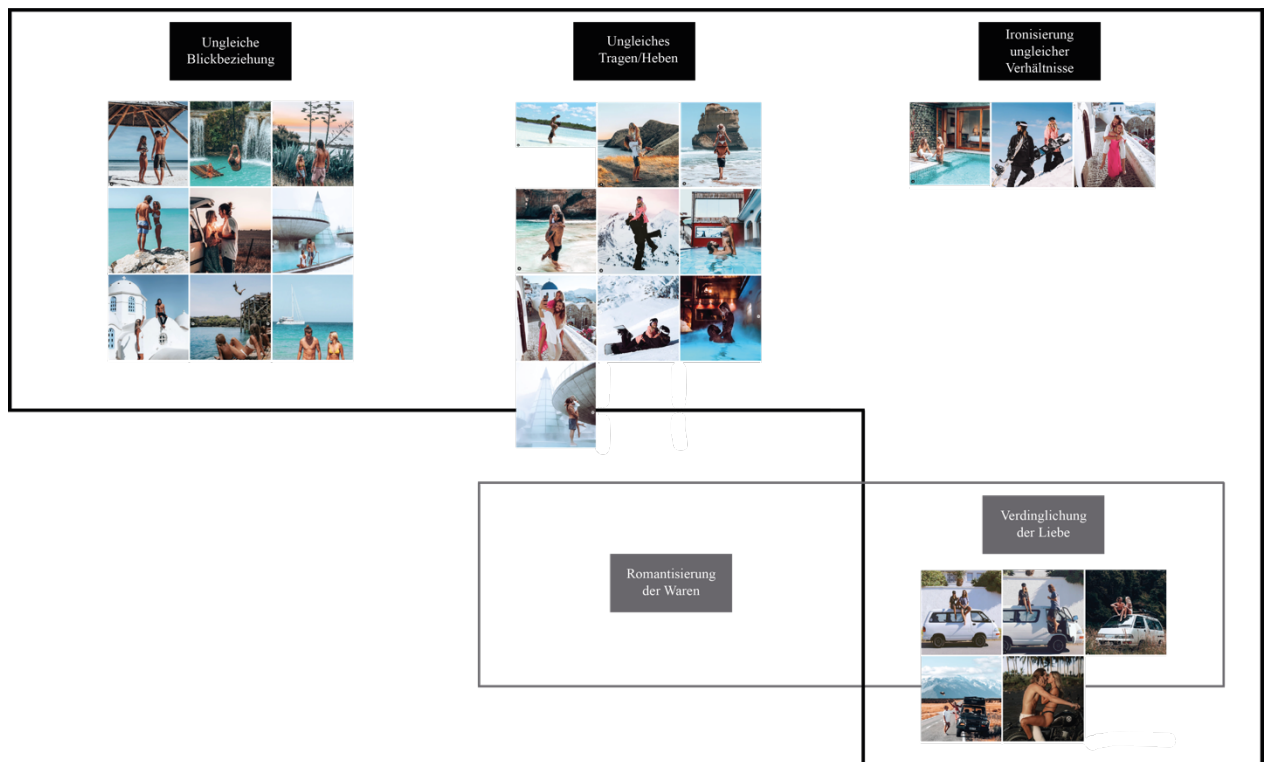


Abbildung 47: Diskussion Fall 1 – Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung

Die axiale Kategorie *Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung* umfasst die Bilder der Kategorien *ungleiches Tragen und Heben*, *ungleiche Blickbeziehung*, *Ironisierung bei ungleichen Verhältnissen* und *Verdinglichung der Liebe*. Die Ästhetik ist und die Themen sind sehr ähnlich zu den Bildern der axialen Kategorie *Romantisches Liebesideal*, sodass ich diese für die anschließenden Kategorien nicht einzeln ausführen werde: In formaler Hinsicht sind die Bilder durch eine hohe Intensität und dem Spektrum an Farben, die durch die Nähe zum Meer, Strand und Himmel gewonnen werden, gekennzeichnet. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich außerdem durch die Professionalität der Bildproduktion und Bearbeitung (intensivierte Farben, kontrollierte Perspektiven, Hintergründe, Bildausschnitte, Requisiten usw.), die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Die Bilder weisen eine ästhetische Grundoptik auf, die sich nicht nur formal in der Aufbereitung der Fotos widerspiegelt, sondern auch inhaltlich. Im Montage- und Auswahlprinzipien dokumentiert sich eine *Ästhetik*, die sich durch die schönen Orte und Hintergründe, das schöne Wetter, die schöne Stimmung, die schönen Themen auf den Bildern und die schönen Körper (mit gängigen Schönheitsnormen, wie schlank, gesund, groß, blond und jung) auszeichnet. Ein weiteres Montage- und Auswahlverfahren dieses Bildclusters ist der *Konsum*. Anschaulich wird dieser Verfahren durch die Darstellung von *Freizeit*, *Urlaub* und *Spaß*, die an die Logik des Konsums anschließen, aber auch durch die Verdinglichung der Liebe als Werbung

selbst. Das zeigt sich außerdem in der professionellen und dadurch wahrscheinlich zeit- und/oder kostenintensiven Aufbereitung der Bilder, die ebenso Teil dieser Konsumlogik sind. Ich kann zusammenfassen, dass sich die Bilder, die sich unter die Kategorie *Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung* einordnen lassen, durch eine visuelle Symbolik auszeichnen, die einen semantischen Sinngehalt des *Konsums* und der *Ästhetik* vermitteln und anhand der Fotoauswahl dieses Liebespaares zur Darstellung ihres Liebes-Selbst als Teil der Liebessemantik verwendet werden: Liebe ist ein Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung, Liebe ist Konsum und Liebe ist Ästhetik.

Ich werde im Einzelnen nun darauf eingehen, welche spezifischen Akzente durch die Wiederholung bestimmter Motive innerhalb der einzelnen Kategorien gesetzt werden und welche weiteren Kommunikationsgehalte ich für mein Erkenntnisinteresse daraus gewinnen kann.

Ungleiches Tragen und Heben

kann in weiterem Sinne als *Rangordnung nach Funktion* (Goffman 1981, 134) und als *Ritual der Unterordnung* (ebd., 165) betrachtet werden. Hier geht es zum einen um die Unterordnung der Frau, wenn ein Mann und eine Frau bei einem Vorhaben zusammenarbeiten, wobei der Mann die



Abbildung 48: Goffman, Richtung angeben

ausführende Rolle zugesprochen wird (ebd., 134). Es geht um eine Zeigefunktion, eine Person, die die Richtung angibt (Abb. 48) und als belehrende Person der zu belehrenden Person übergeordnet ist (ebd., 144). Zum anderen geht es darum, durch Spiel (Abb. 49) und ausgestreckte Arme (Abb. 50) um den Körper der Frau, eine Grenze zu ziehen und einen sozialen Besitz anzudeuten, der mit diesen Gesten einhergeht (ebd., 203; 211). Die

Anordnung der abgebildeten Personen auf den Fotos zeichnet die Dynamik ab. Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie *Ungleiches Tragen und Heben* (siehe Seite 69) dokumentiert sich ein *Ritual der Unterordnung* und eine *Rangordnung nach Funktion*, die eine traditionelle Geschlechterordnung erzeugt. Aufgrund der Darstellung der als männlich gelesenen Person als Tragender und Hebender und der als weiblich gelesenen Person als Getragene und Gehobene, akzentuiert sich ein asymmetrisches Körperverhältnis und die Verteilung traditioneller Geschlechterrollen. Diese Darstellung könnte auch als eine Vergötterung der als männlich gelesenen Person gegenüber der als weiblich gelesenen Person wahrgenommen werden. Jedoch ist selbst die Vergötterung, wie sie auf den Bildern dargestellt ist, eine, die von der weiblich gelesenen Person passiv und von der männlich gelesenen Person aktiv vollzogen wird. Diese



Abbildung 49: Goffman, Spiel



Abbildung 50: Goffman, Arm ausstrecken

Lesart dokumentiert daher abermals eine Machtstruktur zugunsten der als männlich gelesenen Person. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist ungleiches Tragen und Heben, Liebe ist Machtverhältnis, Liebe ist traditionelle Geschlechterordnung, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik und Liebe ist Konsum.

Die Blickbeziehung

innerhalb eines Bildes wird in einer sozialen Situation durch *relative Größe* als gesellschaftliches



Abbildung 51: Goffman, relative Größe

Gewicht hergestellt. Eine besonders zentrale Figur ist der erhöhte Standort, der „Macht, Autorität, Rang, Amt oder Ruhm“ sicherstellt (Goffman 1981, 120), wie auf Abbildung 51 dargestellt wird. Bei Geschlechtern wird die (Status)Überlegenheit vor allem über den *biologischen Dimorphismus*, aber auch durch eine Partner:innenwahl sichergestellt, die dieses Größenverhältnis aufweist (ebd., 120). Die Größenunterschiede innerhalb eines Bildes und damit auch innerhalb einer bestimmten Blickbeziehung korrelieren mit einem gesellschaftlichen Gewicht (ebd., 121) wie Macht. Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie *Blickbeziehung* (siehe Seite 70) dokumentiert sich ein Machtverhältnis durch die Blickrichtung und Haltung der Geschlechter zueinander, die eine traditionelle

Geschlechterordnung produzieren bzw. reproduzieren. Durch die Darstellung der als weiblich gelesenen Person, die zu der als männlich gelesenen Person aufblickt, unterwirft sich diese der als männlich gelesenen Person.

Das Montage- und Auswahlverfahren umfasst neben Bildern mit natürlichem Größenunterschied der Geschlechter (biologischer Dimorphismus) auch Bilder, auf denen ein erhöhter Standort abgebildet wird, welcher als solcher inszeniert gelten kann. Die Wiederholung dieses Motivs akzentuiert ein Machtverhältnis und eine Blickbeziehung zwischen den Geschlechtern, das nicht rein zufällig sein kann sowie die Vergötterung nicht nur ein Anhimmeln der Frau sein kann. In dieser Fotoauswahl konstatiert sich die Überlegenheit der als männlich gelesenen Person und die Unterlegenheit der als weiblich gelesenen Person. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist ungleiche Blickbeziehung und relative Größe, Liebe ist Machtverhältnis, Liebe ist traditionelle Geschlechterordnung, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik und Liebe ist Konsum.

Ironisierung

in Bezug auf Geschlechterverhältnisse bedeutet z.B. eine Situation lächerlich oder kindisch darzustellen, um „das Können-Image des wirklichen Mannes zu retten“ (Goffman 1981, 150) und eine traditionelle Geschlechterordnung aufrechtzuerhalten (Abb. 52). Durch die seltene

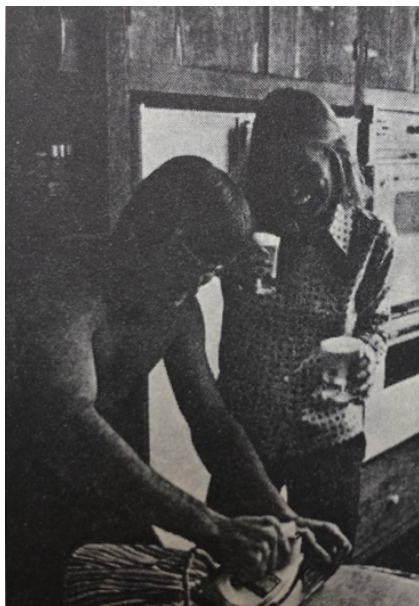


Abbildung 52: Goffman, Ironisierung

Darstellung des Späses und Lachens und der gleichzeitigen Umkehrung der gängigen Geschlechternormen - bei der die als männlich gelesene Person die als weiblich gelesene Person trägt; die als weiblich gelesene Person zu ihm hochschaut; sich hält oder der als männlich gelesenen Person räumlich unterlegen ist - dokumentiert sich in der Kategorie *Ironisierung* (siehe Seite 70) ebenfalls ein Machtverhältnis. Das erzeugt wiederum eine traditionelle Geschlechterordnung. Das Auswahl- und Montageverfahren beruht dabei auf Darstellungen, denen durch Lachen die Ernsthaftigkeit genommen und die Situation durch Spaß entschärft wird, sodass die Macht und Kraft der als männlich gelesenen Person nicht vollkommen untergraben und ihr Können-Image gerettet wird.

Dieses Bildcluster schließt den Gedanken des Machtverhältnisses ab, indem es sogar die Ausnahme der Umkehrung des Machtverhältnisses als Teil des Machtverhältnisses selbst versteht. Wie zuvor beschrieben, ist die Überhöhung der als männlich gelesenen Person gegenüber der als weiblich gelesenen Person Teil der visuellen Liebessemantik des Liebespaares. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Ironisierung bei ungleichen Verhältnissen, Liebe ist Machtverhältnis, Liebe ist traditionelle Geschlechterordnung, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik und Liebe ist Konsum.

Verdinglichung der Liebe

ist ein Prozess der Überschneidung von Liebe und Kapitalismus (Illouz 2020, 53), wie ich sie bereits ausführlich beschrieben habe. Es geht dabei darum, wie Liebe kommodifiziert wird, um sie konsumierbar für sich selbst und andere zu machen (Vannini, 2004, 171). Sie wird damit in eine Marktlogik eingliedert, die sie konkurrenz- und überhaupt erst marktfähig macht (Burkart 2018, 260). Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie *Verdinglichung der Liebe* (siehe Seite 77) dokumentiert sich eine Kommodifizierung der Liebe des Paares. Die Wiederholung des Motivs der Pose auf einem Produkt, wie das eines Motorrades oder eines Autos akzentuiert den Werbecharakter und die Liebe als ein Produkt oder Gut, welches dafür genutzt wird, um ein anderes Produkt zu vermarkten und dadurch selbst verdinglicht wird. Neben der Verdinglichung dokumentiert sich im Auswahl- und Montageprinzip außerdem ein subtiles Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung. In der Werbung ist die Frau meist stärker objektiviert als der Mann: „Männer sind fit und Frauen sind flott“ (Zurstiege 2011, 132) bzw. dokumentiert sich z.B. erneut eine Rangordnung nach Funktion darin ab (die als männlich gelesene Person lenkt das Motorrad), die das traditionelle Geschlechterverhältnis reproduziert.

Diese Darstellung akzentuiert zum einen ein traditionelles Geschlechterverhältnis und zum anderen steht das Motiv der *Verdinglichung der romantischen Liebe* dem Motiv der *Romantisierung der Waren* (Illouz 2020, 53) auf den restlichen Bildern dieses Accounts gegenüber. Diese Romantisierung passiert aufgrund der Inszenierung einer glücklichen Liebesbeziehung durch Konsum, wie *Urlaub* oder *Reisen* und erfasst die Inszenierung des digitalen Liebes-Selbst erneut als zugleich ökonomisiert und emotionalisiert. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Werbung und Ware, Liebe ist Verdinglichung, Liebe ist Machtverhältnis, Liebe ist traditionelle Geschlechterordnung, Liebe ist Exklusivität, Liebe ist Freizeit und nicht Alltag, Liebe ist Ästhetik und Liebe ist Konsum.

Zwischenfazit

Aufgrund der verschiedenen Bildtypen, aber gleichen Montage- und Auswahlprinzipien, die die Zusammenstellung der Bilder dieser axialen Kategorie bestimmen, verdichtet sich mit dem romantischen Liebesideal als Liebescode auch ein Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung. Die Darstellung traditioneller Geschlechterordnung macht mit 27/105 Bildern knapp ein Viertel der gesamten Darstellungsweise dieses Liebespaares aus. In der Inszenierung als Liebespaar greift es demnach (bewusst oder unbewusst) auf ein Darstellungsrepertoire zurück, das auf ungleichen Geschlechterrollen aufbaut. Die Darstellung kann deshalb als von traditionellen Werten getragen beschrieben werden. Die Spezifik, die sich in der axialen Kategorie *Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung* akzentuiert, ist - im Gegensatz zur axialen Kategorie zuvor - nicht nur eine Tendenz zu traditionellen Werten und Vorstellungen, sondern der offensichtliche Gebrauch traditioneller Geschlechtsspezifika für die

Darstellung. Darin manifestiert sich das Geschlechterverhältnis eines glücklichen Intimsystems, welches die als männlich gelesene Person begünstigt und über die als weiblich gelesene Person stellt. Für die Prozesse der *Romantisierung der Waren* und der *Verdinglichung der romantischen Liebe*, also eine idealtypische romantische Liebe visuell nutzbar zu machen, bedeutet das gleichzeitig, von einer traditionellen Geschlechterordnung Gebrauch zu machen.

In der Darstellung der letzten axialen Kategorie werde ich den bisherigen axialen Kategorien Bildcluster gegenüberstellen, die sich vor allem in der formal-ästhetischen Grundoptik unterscheiden und weniger professionelle Bilder sind, sondern vielmehr Schnappschüssen gleichen. Ich möchte deshalb in Bezug auf die Analyse der letzten Kategorien den Inszenierungscharakter dieses digitalen Liebes-Selbst diskutieren, der an die exemplarische Analyse des axialen Vergleichs anschließt (siehe Kapitel 5.1.3).

Teilen von (Liebes)Momenten

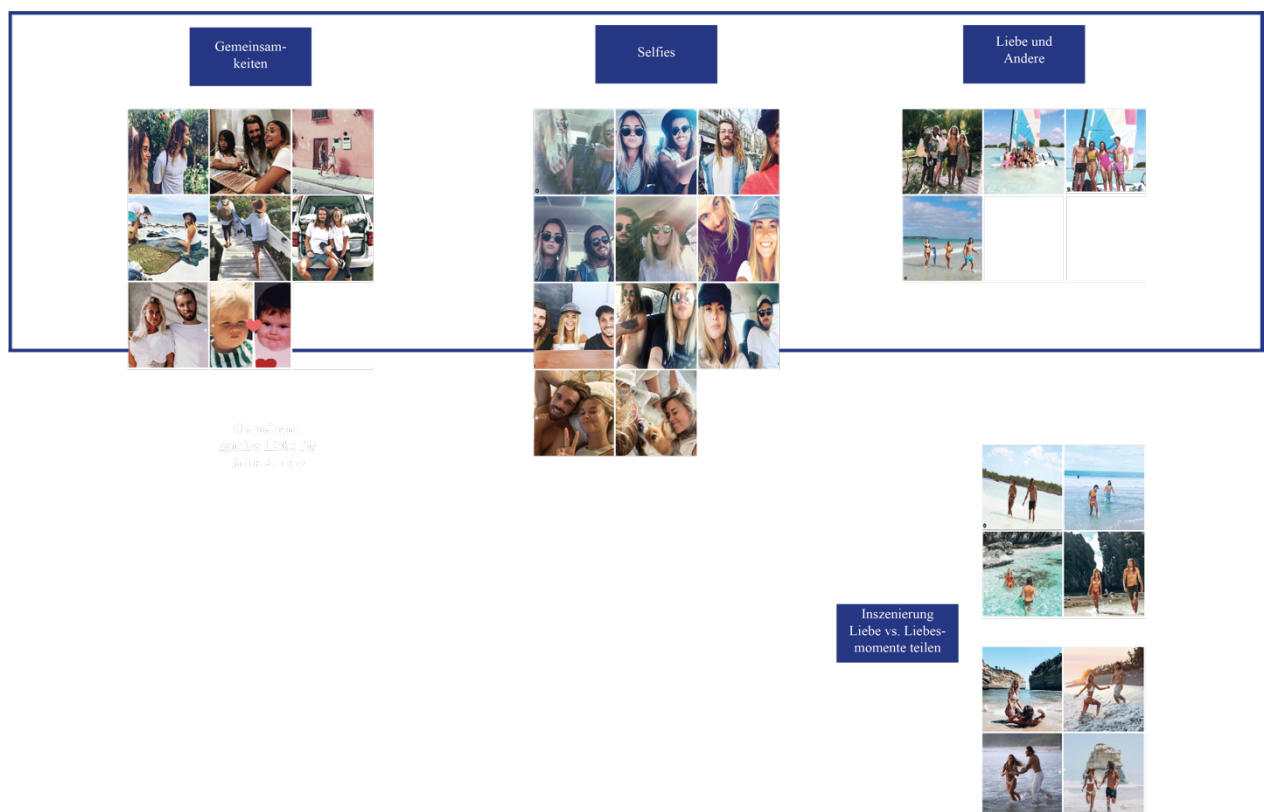


Abbildung 53: Diskussion Fall 1 – Teilen von (Liebes)Momenten

Die axiale Kategorie *Teilen von (Liebes)Momenten* umfasst die Bilder der Kategorien *Gemeinsamkeiten*, *Selfies* und *Liebe und Andere*. Die Ästhetik und Themen unterscheiden sich teilweise von denen der axialen Kategorien *Romantisches Liebesideal* und *Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung*. In formaler Hinsicht sind die Bilder nicht durch eine hohe Intensität gekennzeichnet, sondern etwas matter und dumpfer. Das Spektrum an Farben, das durch die Nähe zum Meer, Strand und Himmel

gewonnen wird, bleibt weitestgehend erhalten, jedoch werden diese Hintergrundfarben auf einigen Bildern aufgrund der Nahaufnahmen der Personen, genauer Selfies, ersetzt. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich außerdem nicht unbedingt durch die Professionalität der Bildproduktion und Bearbeitung (intensivierte Farben, kontrollierte Perspektiven, Hintergründe, Bildausschnitte, Requisiten usw.), sondern überwiegend durch einen Schnappschusscharakter (abgeschnitten, Selfies, schief, niedrige Auflösung) der Bilder. Die Wiederholung dieser Darstellungsweise akzentuiert nicht das ‚perfekte‘ Bild des ‚perfekten‘ Liebespaares, sondern die Momenthaftigkeit einer flüchtigen Situation. Das bedeutet, dass sich die Ästhetik der Bilder innerhalb dieser Kategorie vor allem auf inhaltliche und thematische Aspekte bezieht. Im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert sich eine *Ästhetik*, die sich durch schöne Orte und Hintergründe, das schöne Wetter, die schönen Stimmungen, die schönen Themen auf den Bildern, aber vor allem durch die schönen gleichen Körper bzw. Gesichter (mit gängigen Schönheitsnormen, wie schlank, gesund, groß, blond und jung) auszeichnet.

Der *Konsum* ist ein Montage- und Auswahlverfahren, das in ähnlicher Weise vorzufinden ist, wie bei den beiden vorangegangenen axialen Kategorien. Anschaulich wird dieses Verfahren durch die Darstellung von *Freizeit*, *Surfen* oder *Auto fahren*, die an die Logik des Konsums anschließen. Ich kann zusammenfassen, dass sich die Bilder, die sich unter die Kategorie *Teilen von Liebesmomenten* einordnen lassen, durch eine visuelle Symbolik auszeichnen, die einen Semantischen Sinngehalte des *Konsums* und der *Ästhetik* vermitteln und anhand der Fotoauswahl dieses Liebespaares zur Darstellung ihres Liebes-Selbst als Teil der Liebessemantik verwendet werden: Liebe ist Teilen von (Liebes)Momenten, Liebe ist Konsum und Liebe ist Ästhetik.

Ich werde im Einzelnen nun darauf eingehen welche spezifischen Akzente durch die Wiederholung bestimmter Motive innerhalb der einzelnen Kategorien gesetzt werden und welche weiteren Kommunikationsgehalte ich für mein Erkenntnisinteresse daraus gewinnen kann.

Gemeinsamkeiten

meint das, was die Bildung einer intersubjektiv konstituierten Welt eines Intimsystems als gemeinsames Kommunikationssystem begünstigt (Luhmann 2008, 13) und ein „Wir-als-Einheit“ anstatt eines „Ichs“ begründen kann (Lenz 2009, 243). Es geht um den gemeinsamen Beziehungsrahmen (Burkart 2018, 117). Im Montage- und Auswahlprinzip der Kategorie *Gemeinsamkeiten* (siehe Seite 71) dokumentiert sich ein gemeinsamer Stil, gemeinsames Aussehen, gemeinsame Aktivitäten, ein gemeinsames Nebeneinander. Das Montage- und Auswahlverfahren ist alltäglicher (aber immer noch Kontext von Freizeit) und umfasst gemeinsamen Spaß oder Albernheiten, die das Liebespaar erlebt und anhand der Bilder mit uns teilt. Durch die Darstellung akzentuiert sich kein besonderer Hintergrund oder eine besondere Aktivität, sondern das Momenthafte. Zum einen machen die Bilder im Gegensatz zur gesamten Fotoauswahl nur einen

Bruchteil der Bilder aus und zum anderen folgen sie anderen formalen Kriterien: schlechtere Auflösung, abgeschnitten, schnappschussartig. Damit dokumentiert sich in der Auswahl der Bilder nicht die Inszenierung der Liebe im Fokus der Kamera, sondern der Spaß und die gemeinsamen Erfahrungen oder Interessen und Gemeinsamkeiten überhaupt als Momente der Liebenden. Auch die Ästhetik als Auswahlverfahren macht sich durch die Wiederholung der schönen Körper, Gesichter, der schönen Stimmung und des schönen Wetters kenntlich. Durch die Wiederholung der Darstellung von *Freizeitaktivitäten* und *Urlaub* wird außerdem der Konsum des Liebespaares hervorgehoben.

Eine andere Lesart, die sich dokumentiert, ist, dass sie sich gerade erst kennengelernt haben und die Ähnlichkeit in Bezug auf Stil und Aussehen das ist, was sie bisher am meisten verbindet, weil sie mit ihrer intersubjektiv konstituierten Welt noch am Anfang stehen. Es ist auch denkbar, dass die Intimbeziehung aus einer zuerst vorhandenen Freund:innenschaft erwachsen ist und diese den Beziehungsrahmen und den Anstoß für diesen gemeinsamen Account auf Instagram gibt. Das ist konsistent mit der chronologischen Reihenfolge der gesamten Fotoauswahl als ein Cluster: Die meisten Bilder, die in diesem Cluster zu sehen sind, gehören denen aus dem ersten Jahr des Liebespaares auf Instagram an. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist gemeinsamer Stil und Aktivität, Liebe ist gemeinsame Erfahrung, Liebe ist Momenhaftigkeit, Liebe ist Spaß und Freizeit, Liebe ist Freund:innenschaft, Liebe ist Konsum und Liebe ist Ästhetik.

Selfies

wohnt ein unverwechselbarer Inszenierungscharakter inne, der mit der Selbstdarstellung auf Social-Media verbunden ist (Kramer 2016, 30) und mit etwas Authentizität und Intimität assoziiert wird, weil es den externalisierten Blick von innen braucht, den Blick in den Spiegel auf das Selbst über die dritte Perspektive von außen (Jurgenson 2019, 55). Selfies tragen schon immer eine Reflexionsarbeit in sich mit, welche das (Liebes)Selbst leisten muss (ebd., 57). Als Subkategorie (siehe Seite 71) der Gemeinsamkeiten dokumentiert sich im Montage- und Auswahlprinzip ebenfalls das Momenthafte gemeinsamer Erfahrungen und Eigenschaften, der Schnappschusscharakter, die Ästhetisierung und der Konsum – wobei der Konsum hier nur durch Autofahrten, einen Hotelbesuch oder den Besitz eines Hundes zu errahnen ist. In der Auswahl und Montage der Bilder dokumentiert sich die Beziehung zwischen den Beobachteten und Beobachtenden und mit dem Blick aus dem Bild heraus eine Hinwendung zum Publikum dieses Liebes-Selbst. Durch diese Darstellung wird erstmal die Tendenz von Intimität und Authentizität hervorgehoben. Die Selbsterzählung, die durch diese Fotoauswahl erfolgt, gilt als dynamisch und durch dieses Verhältnis von Beobachtenden und Beobachteten ausgehandelt. Das Auswahl- und Montageverfahren ist die Authentizität und schnappschussartige Momente anstatt künstlicher Professionalität und Inszenierung. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind:

Liebe ist Intimität und Authentizität, Liebe sind Momenthaftigkeit, Liebe ist gemeinsamer Stil und Aktivität, Liebe ist gemeinsame Erfahrung, Liebe ist Spaß und Freizeit, Liebe ist Freund:innenschaft, Liebe ist Konsum und Liebe ist Ästhetik.

Liebe und Andere

stellt eine Erweiterung des Intimsystems außerhalb ihrer dyadischen Dynamik dar. Ein Aspekt dieser Aufnahme und Darstellung weiterer Individuen, kann z.B. die Hervorhebung von Personen sein, die für das Intimsystem wichtig sind (Lenz 2009, 247) oder auch um eine Bestätigung der eigenen Beziehung durch Dritte zu erfahren (Illouz 2011, 227ff). Auch im letzten Bildcluster *Liebe und Andere* (siehe Seite 72) dokumentiert sich im Montage- und Auswahlprinzip eine Gemeinsamkeit des Intimsystems, nämlich das von Freund:innen, das sie wiederum als Intimsystem selbst bestätigt und festigt. Zum einen lassen die Bilder mit einer Art Gruppenaufstellung das Auswahlverfahren der Erinnerung rekonstruieren und damit wiederum schnappschussartige Momente, zum anderen die Hervorhebung wichtiger Personen. Neben dem Konsum durch Freizeit und der Ästhetisierung durch normschöne Körper dokumentiert sich im Montage- und Auswahlverfahren wiederum das Teilen von schnappschussartigen Momenten und Authentizität anstatt Inszenierung und künstlicher Professionalität. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Erinnerung, Liebe ist Liebe und Andere, Liebe ist Momenthaftigkeit, Liebe ist gemeinsamer Stil und Aktivität, Liebe ist gemeinsame Erfahrung, Liebe ist Spaß und Freizeit, Liebe ist Freund:innenschaft, Liebe ist Konsum und Liebe ist Ästhetik.

Zwischenfazit

Aufgrund der verschiedenen Bildtypen, aber gleichen Montage- und Auswahlprinzipien, welche die Zusammenstellung der Bilder dieser axialen Kategorie bestimmen, verdichtet sich zuletzt das *Teilen von (Liebes)Momenten* als Liebescode, das mit 27/105 Bildern knapp ein Viertel der Darstellungsweise dieses Liebespaares ausmacht. Insgesamt bilden die schnappschussartigen Fotos der drei Bildcluster einen Kontrast zu der sonst durch professionelle Bearbeitung und Produktion der Fotos ausgezeichneten Darstellung des Liebespaares. Der Kontrast, der sich hier im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert, ist der von *Teilen von (Liebes)Momenten im Kamerablick* und *Inszenierung der Liebe im Kamerablick* und bestätigt die Annahme über die Schlüsselkategorie *Inszenierung* (siehe Kapitel 5.1.3) Das, was auf den Bildern dargestellt wird, ist nicht unbedingt die ‚perfekte‘ Liebe, der ‚perfekte‘ Kuss, die ‚perfekte‘ Pose oder der ‚perfekte‘ romantische Ort, die zum Zweck der Inszenierung eines glücklichen Liebespaares aufgenommen und gepostet werden (Konsumierfähigkeit der Liebe), sondern das, was gerade gemeinsam erlebt wird und auch erzeugt werden würde, wenn es keinen gemeinsamen Account gäbe (Authentizitätsfähigkeit der Liebe) – der Beziehungsrahmen. Das drückt sich außerdem als ein Moment der Intimität und Nähe durch die Nahbarkeit zu diesem Paar aus – die Bilder gleichen

eher *Schnappschüssen*¹⁷. Die Spezifik, die sich in der axialen Kategorie *Teilen von (Liebes)Momenten* akzentuiert, ist - im Kontrast der wenigen Bilder (27) dieser Art gegenüber den restlichen Fotos (78), die eher *Manipulationen*¹⁸ gleichen - die kontrollierte Inszenierung, die sich auf den Bildern abzeichnet.

5.1.5 Fazit

In Bezug auf meine Forschungsfrage lässt sich feststellen, dass das Intimsystem aus Fall 1 sein digitales Liebes-Selbst überwiegend anhand der semantischer Sinneinheiten *Konsum* und *Ästhetik* inszeniert. Diese lassen sich durch die Darstellung von *Freizeit, Reisen, Aktivitäten* (die alle ein gewisses ökonomisches Kapital voraussetzen), aber auch durch die *professionelle Bildproduktion und Bildbearbeitung* feststellen, die mit der Abbildung von Ästhetischem (Körper, Gesichter, Landschaften, Szenen, Posen) einhergeht. Dass eine Darstellung nicht ohne das Zurückgreifen auf ein gesellschaftlich vorhandenes Repertoire abläuft, zeigt sich in der Tendenz zum romantischen Liebesideal, traditionellen Geschlechterverhältnis und aufgrund der Annäherung an dominierende Schönheitsideale, die vor allem durch eine ästhetische und professionelle Inszenierung kontrolliert werden können und die Liebe dieses Liebespaares auf Instagram wiederum konsumierbar macht. Es zeigt sich, dass sich die Darstellung eines glücklichen Liebespaares durch (1) romantische Steigerung (Idealtyp romantischer Liebe), (2) traditionelle Geschlechterordnung und stereotype Schönheitsideale konstituiert, die überwiegend der (3) visuellen Utopie durch kontrollierte Inszenierung entspricht. Durch die Anerkennung dieser Darstellung auf Instagram, erklärt sich die Kombination als erfolgsversprechende Vermarktungsstrategie. Ich möchte in Bezug darauf erwähnen, dass der Instagram-Account 1,1 Millionen Follower hat (2022) und auf ihrem Account Links zum eigenen Hotel auf Bali (MAJA CANGGU | BOUTIQUE HOTEL BALI), ihrer Kleidermarke (Mirah Studio x Maja Bali) und ihrer Online-Akademie führen (2022). Ihre Liebe kann deshalb als ein geniales Werbemittel gesehen

¹⁷ Goffman definiert *Schnappschüsse* als Bilder, auf denen die abgebildeten Menschen nicht wissen, dass sie fotografiert werden, sie sind gültige Aufzeichnungen und ermöglichen den Betrachtenden die Schlussfolgerung darauf, was der abgebildeten Aktivität vorausging oder folgen wird (Goffman 1981, 58). Jedoch hat sich die Community in Sozialen Medien den Schnappschuss als Stilmittel schon längst für eine positiv(iert)e Darstellung der individuellen Biografie und Eindrucksmanipulation angeeignet (Autenrieth 2019, 259f): „Sowohl auf Ereignis- wie auf Bilderebene handelt es sich meist um mehr oder minder umfangreiche Sequenzen, aus denen die veröffentlichten Aufnahmen nur eine gezielte Auswahl darstellen“ (Rössler & Dussel 2019, 506).

¹⁸ *Manipulationen* stellen offen erfundene Szenen dar. Das bedeutet, dass sie Szenen zeigen, aus denen wir nicht ableiten können, wer anwesend war oder was vor sich ging. Als wichtigsten Beispiel nennt Goffman den kommerziellen Realismus in der Reklame, wo es nur um den Eindruck geht, der durch das Bild bei Betrachtenden ausgelöst werden soll und nicht um die Wirklichkeit des Bildes: „Denn bei einem Reklamefoto ist es nicht entscheidend, was bei den abgebildeten Tätigkeiten tatsächlich vor sich ging, sondern der Eindruck, den der Designer hinsichtlich der Vorgänge in der vorgetäuschten und so abgebildeten Szene bei uns hervorrufen will. Es geht nicht um das Modell, sondern um das Sujet.“ (Goffman 1981, 62).

werden, welches beide erfolgreich auf dem Markt positioniert. Die Liebe gleicht dann einer Marke (*brand*, Vitelar 2018, 260) als Glücksversprechen der Produkte, die sie zusammen führen.

Die visuelle Liebesemantik, die das Intimsystem dabei verwendet, ist:

- Liebe ist Konsum
- Liebe ist Ästhetik
- Liebe ist Romantik
 - Liebe ist Exklusivität
 - Liebe ist Beständigkeit
 - Liebe ist Ehe
 - Liebe ist Ausblenden der Umwelt
 - Liebe ist Vorherbestimmung
 - Liebe ist Nacktheit und sexuelle Intimität
- Liebe ist Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung
 - Liebe ist ungleiches Tragen und Heben
 - Liebe ist ungleiche Blickbeziehung
 - Liebe ist Ironisierung bei ungleichen Verhältnissen
 - Liebe ist Werbung und Ware
- Liebe ist Inszenierung (im Kontrast zu Liebe ist Teilen von (Liebes)Momenten)
 - Liebe ist Gemeinsamkeit
 - Liebe ist Selfie-Darstellung
 - Liebe ist Liebe und Andere

Diese Tendenz zu traditioneller Geschlechterordnung, dem utopischen Glücksversprechen - genährt durch das romantische Liebesideal – und der Konsumierfähigkeit von Liebe, zeigt deutliche Parallelen zu dem visuellen Material über ein Liebespaar, wie es Hollywood darstellt (Mangione 2014, 43; Illouz 2020, 62f) sowie die Darstellung eines Liebespaares anhand des *öffentlich inszenierten Heiratsantrages* (Mangione 2014). Die Prozesse, die diese Darstellung eines Liebes-Selbst realisieren können, sind „die Romantisierung der Waren und die Verdinglichung der romantischen Liebe“ (Illouz 2020, 53). Die Annahmen, die Illouz über die Liebe als kommodifiziert trifft, kann ich im Fall 1 bestätigen und die Inszenierung eines Liebespaares durch einen gemeinsamen Instagram-Account als Ort, wo die visuelle Utopie der Liebe durch die Vermischung von Liebe und Konsum produziert und reproduziert wird (Illouz 2020, 53). Die Selbstdarstellung eines Liebespaares ist eine weitere Sphäre, die an der euphorischen Vision arbeitet, die den Wohlstand und die Originalität des individuellen Ichs durch Konsum (ebd., 105) in der Liebe vereint und die Ökonomisierung der Liebeskultur in unserer mediatisierten Gesellschaft als Voraussetzung für eine glückliche Liebesbeziehung konstituiert.

5.2 Fall 2 - ourbestgayveganlife



- Debe und Guinevere
- 1.459 Follower
- 333 Beiträge
- 64 Beiträge ausgewählt für die Analyse
- Account: 2016-2022
- Homosexuelles Liebespaar

Abbildung 54: Instagram-Account der
Forschungsteilnehmer:innen Fall 2

5.2.1 Analyseschritt 1: Explorative Phase – durch rasches Arrangieren und Umarrangieren Wiederholungen und Ähnlichkeitsbeziehungen ausmachen

Ich werde, wie zuvor bei Fall 1, exemplarisch einen Prozess des *raschen Arrangierens und Umarrangierens* darstellen, der mich im weiteren Schritt zu den Bildtypen führt und verdeutlichen soll, wie ich mit dem Bildmaterial umgehe.

Abb. 55 und 56 zeigen die chronologische Reihenfolge des Datenkorpus des zweiten Profils aus den Jahren 2018 und 2019 (24 Bilder). Die Reihenfolge ist von links nach rechts und von oben nach unten zu lesen (siehe graue Pfeile Abb. 55).



Abbildung 55: Chronologische Reihenfolge a Fall 2



Abbildung 56: Chronologische Reihenfolge b Fall 2

Bei diesem Fotohaufen fallen mir beispielsweise die collagenartigen Bilder auf. Deshalb stelle ich sie aufgrund dieser Ähnlichkeit zu einem neuen Bildcluster zusammen (Abb. 57 und 58). Das bedeutet, dass sich mir ihre Ähnlichkeitsbeziehung aufgrund der formal-ästhetischen Kennzeichnung *Collage* erschließt.



Abbildung 57: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 2 – Collage a



Abbildung 58: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 2 – Collage b

Die Fotoauswahl *Collage* umfasst 17/24 Bilder und beim genauen Hinsehen fällt mir eine Differenzierung innerhalb dieser Collagen-Zusammenstellung auf. Ich erschließe Ähnlichkeitsbeziehungen innerhalb der Auswahl aufgrund inhaltlicher Aspekte, die sich in Collagen mit der Darstellung von *Kulinarik* (Abb. 59), *Natur und Freizeitaktivitäten* (Abb. 60), *Tieren* (Abb. 61) und *Selfies* (Abb. 62) differenzieren. Die Collagen können auch redundant sein. Es kommt z.B. vor, dass Kulinarik und Natur und Freizeitaktivitäten und Selfies innerhalb einer Collage dargestellt werden. Außerdem gibt es auch zwei Collagen, auf denen dritte Andere abgebildet sind.

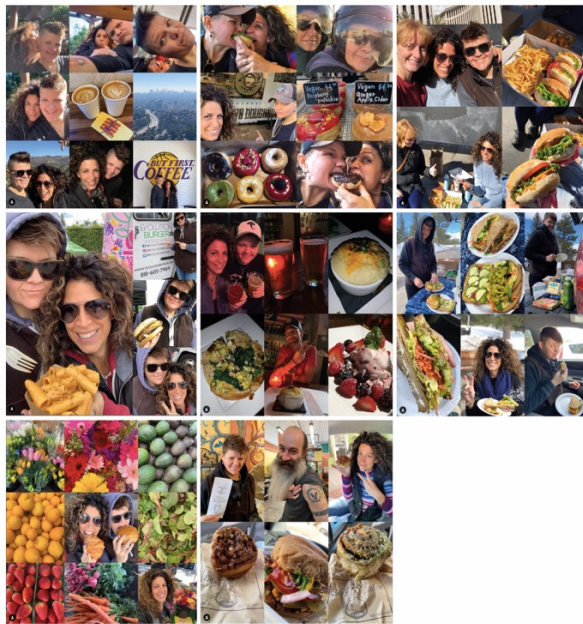


Abbildung 59: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 2 - Collage: Kulinarik

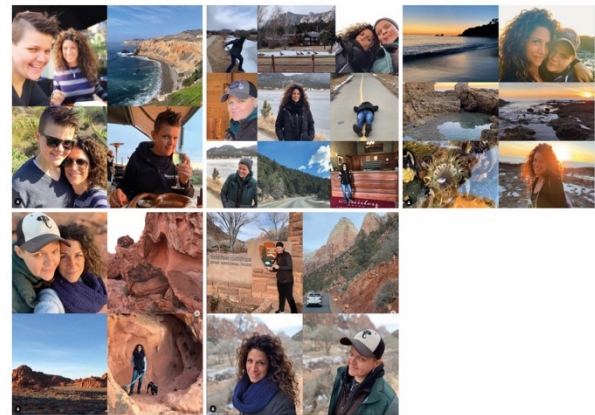


Abbildung 60: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 2 - Collage: Natur und Freizeitaktivitäten



Abbildung 61: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 2 - Collage: Tiere



Abbildung 62: Rasches Arrangieren und Umarrangieren
Fall 2 – Collage: Selfies

Das Arrangieren zu Collagen und Umarrangieren innerhalb der Collagen aufgrund verschiedener Inhalte führt mich im nächsten Schritt dazu, Bildtypen zu identifizieren. Das implizite Wissen, das ich aufgrund des Gegenstandes der Bilder abrufe (*Kulinarik, Natur und Freizeitaktivitäten, Tiere, Selfies*), liefert mir die Grundlage dieser kategorialen Benennung und Anhaltspunkte für die Rekonstruktion dessen, welche Bilder (*markante Bildtypen*) in ein Cluster aufgenommen werden. Ich werde im Folgenden die Bildtypen erläutern, die ich aufgrund des raschen Arrangierens und Umarrangierens gebildet habe.

5.2.2 Analyseschritt 2: Identifizieren der Bildtypen - welche Ähnlichkeitsbeziehungen bringen bestimmte Themen, Vorstellungen, Inhalte oder Ästhetiken hervor?

A



Abbildung 63: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Kulinarik

Die Kategorie A umfasst Paardarstellungen, die mehr als nur ein Foto abbilden und welches aus mehreren kleinen Bildern besteht, die zu einem größerem Zusammengefügt sind. In formal-ästhetischer Hinsicht sind die Bilder durch einen collageartigen Charakter gekennzeichnet. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich außerdem durch eine Verspieltheit und Multidimensionalität durch das zu Sehende, welches durch die selbst zusammengestellten Bildcluster zu einem Einzelbild zu erschließen ist. Andere formale Aspekte sind die vielfältige Farbwahl, verschiedene Perspektiven und tendenziell laienhafte Bildproduktion und Bildbearbeitung. Als eine Subkategorie der Collagen-Darstellung, sind die Bilder in inhaltlicher Hinsicht durch Essensdarstellungen gekennzeichnet, innerhalb der sich das Liebespaar präsentiert. Die grau markierten Bilder stellen zusätzlich zum Essen außerdem noch dritte Andere ab. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe für Kulinarik* einordnen.

A'



Abbildung 64: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivität (Collage)

Die Subkategorie A' umfasst collagenartige Bilder. Die inhaltliche Differenz bezieht sich auf die Darstellung von Natur und Freizeitaktivitäten, innerhalb der sich das Liebespaar präsentiert. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten* einordnen (Collage).

A''



Abbildung 65: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Tiere

Die Subkategorie A'' umfasst collagenartige Bilder. Die inhaltliche Differenz bezieht sich auf die Darstellung von Tieren, innerhalb der sich das Liebespaar präsentiert. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe für Tiere* einordnen.

A'''



Abbildung 66: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe füreinander

Die Subkategorie A''' umfasst collagenartige Bilder. Die inhaltliche Differenz bezieht sich ausschließlich auf die Darstellung von Selfies des Liebespaares. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe füreinander* einordnen.

B



Abbildung 67: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten (Einzelbild)

Die Kategorie B umfasst Paarbilder, die in formaler Hinsicht durch eine Weite im Bild gekennzeichnet ist. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung lässt sich bestimmen aufgrund der wechselnden Hintergründe, die eine Freizeitaktivität des Liebespaares gemeinsam draußen im Freien und der Natur dokumentiert. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der

laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmacht („Wir waren hier“). Sie unterscheidet sich von der Subkategorie A' nur aufgrund des formalen Aspekts der Bildbearbeitung: Collage. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten* einordnen (Einzelbild).

C



Abbildung 68: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere

Die Kategorie C umfasst Bilder, auf dem das Paar mit anderen Dritten zu sehen ist. Zwei von drei Bildern werden außerdem von einer dritten Person aufgenommen und nicht, wie die restlichen, von den abgebildeten Personen selbst. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere* einordnen.

D



Abbildung 69: Bildtypen Fall 2 – Symbolbild für gemeinsam geteilte Lebenseinstellung

Die Kategorie D umfasst Selbstportrait-Darstellungen, die nicht nur einen visuellen Symbolgehalt aufweisen, sondern auch einen sprachlichen, wie z.B. *gay* oder *vegan*. Aufgrund der dezidierten Symbolik durch Sprache, wird das Zueinander des Liebespaares über eine ähnliche Präferenz oder ähnlichen Lebensstil bzw. identisches Gewand oder identische Becher abgebildet. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Symbolbild für gemeinsam geteilte Lebenseinstellung* einordnen.

D'



Abbildung 70: Bildtypen Fall 2 – Symbolbild für Unterschiede innerhalb der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung

Die Subkategorie *D'* umfasst Selbstportrait-Darstellungen, bei der das Zueinander des Paares ebenfalls über eine ähnliche Präferenz oder ähnlichen Lebensstil hergestellt wird, die über einen starken symbolischen Gehalt der Bilder erreicht wird und als Zeichen in den Bildern abgelesen werden können (z.B. *FFp2-Maske* für *Corona*). Der Unterschied zu Kategorie *C* ist jedoch, dass sich innerhalb der ähnlichen Präferenzen (*Tier*, *Getränk*, *Pullover*, *Maske*, *Hose* und *Schuhe*) im direkten Vergleich auch individuelle Präferenzen bemerkbar machen und die Subkategorie *C'* somit Darstellungen des Liebespaares umfasst, die das Paar zugleich als Einheit und Einzelpersonen erfasst. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Symbolbild für Unterschiede innerhalb der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung* einordnen.

E

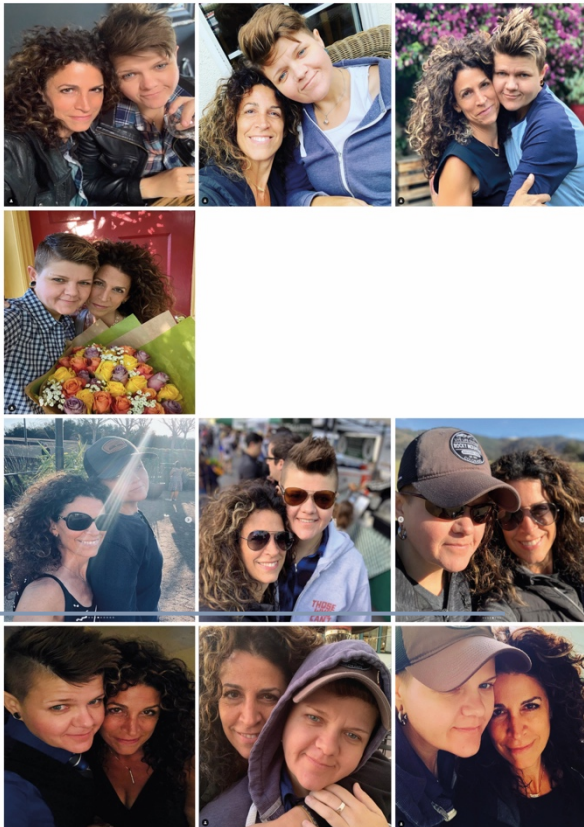


Abbildung 71: Bildtypen Fall 2 – Ausblenden der Umwelt

Die Kategorie *E* umfasst Bilder, die das Paar mit einer ähnlichen Pose und aus einer ähnlichen Perspektive darstellt. Dadurch zeichnet sich in der Zusammenstellung eine Beständigkeit des Paares ab, die sich über die Bilder hinweg nicht verändert. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Beständigkeit der Liebe* einordnen.

Die Subkategorie *E'* umfasst Bilder, die das Paar ebenfalls in ähnlicher Pose und aus ähnlicher Perspektive darstellt. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich jedoch vor allem über die Ausblendung der Umwelt, weil man außer den beiden Köpfen des Paares nichts weiter auf dem Bild erkennen kann (drei unteren Bilder). In inhaltlicher Hinsicht zeichnet sich eine Ähnlichkeitsbeziehung aufgrund des Fokus' auf das Liebes-Selbst, ihrer Nähe und das Sich-Selbst-Genießen ab. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Ausblenden der Umwelt* einordnen.

F



Abbildung 72: Bildtypen Fall 2 – Ungleiches Schützen und Halten

Die Kategorie *F* umfasst Bilder, auf denen die eine Person mit kurzen Haaren die andere Person mit langen Haaren schützend hält (zwei Bilder links oben) oder die gehaltene Person (mit langen Haaren) sich an der haltenden Person (mit kurzen Haaren) festhält und sie dabei Liebkosungen (Kuss auf Wange) austauschen. Die Einzelpersonen des Liebespaares werden dadurch in unterschiedliche Funktionen des Haltes und Schutzes dargestellt. Durch die verschiedenen Frisuren und der grundsätzlichen Darstellung der Personen nebeneinander und miteinander, umfasst diese Kategorie außerdem Bilder, die eine als männlich und als weiblich gelesene Person im traditionellen Sinne abzeichnen. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *ungleiches Schützen und Halten* einordnen.

Die Subkategorie *F'* umfasst ein Gegenbild (links unten) zu dieser ungleichen Körperhaltung des Schutzes und Haltens, wo die Person mit langen Haaren (als weiblich gelesen) die Person mit kurzen Haaren (als männlich gelesen) hält und schützt und einen Kuss von der Person mit kurzen Haaren (männlich gelesen) erhält.

G

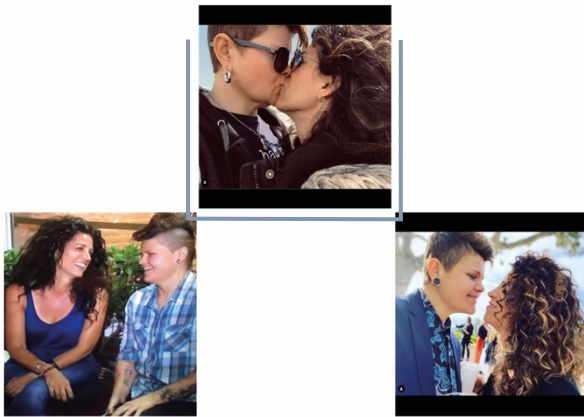


Abbildung 73: Bildtypen Fall 2 – Blick zueinander

Die Kategorie *G* umfasst Bilder, auf denen eine Blickbeziehung des Paares dargestellt wird, die zueinander oder aufeinander gerichtet ist. Sie schauen nicht aus dem Bild heraus, sondern zueinander. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Blick zueinander* einordnen.

Die Subkategorie *G'* umfasst das Bild, auf dem sich das Paar küsst (Bild oben in der Mitte) und die einzige sexuelle Intimität des Liebespaares darstellt. Es zeichnet sich außerdem dadurch aus, dass es erneut die Umweltbezüge entwertet, indem das Foto eine Nahaufnahme des Paares darstellt. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Kuss und sexuelle Intimität* einordnen.

H

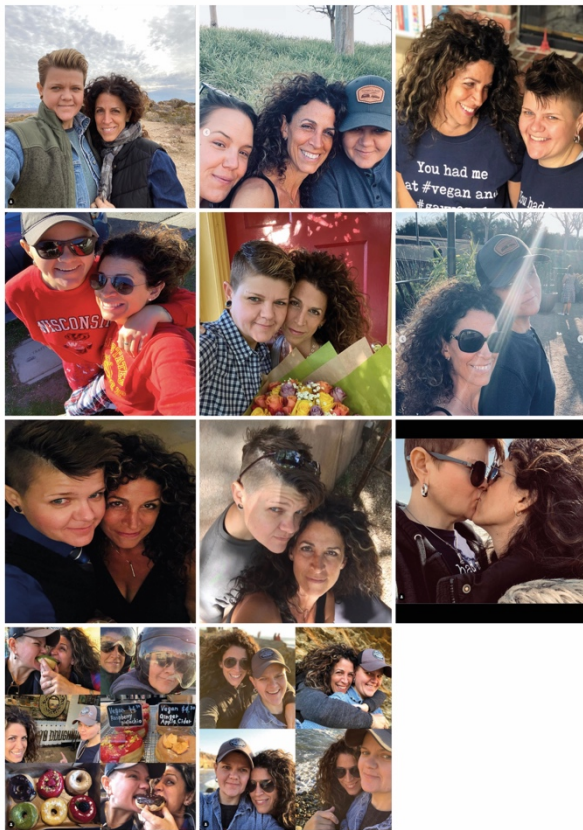


Abbildung 74: Bildtypen Fall 2 - Selfies

Die Subkategorie *H* umfasst Selfies des Liebespaares, die in fast allen anderen Kategorien enthalten sind (auch Collagen). Das Selfie unterscheidet sich von anderen Porträtdarstellungen der Selbstdarstellung, weil die Bilder von den Abgebildeten selbst gemacht werden. Die formalen Aspekte folgen einem Schnappschusscharakter und der laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung, die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Selfies* einordnen.

I



Abbildung 75: Bildtypen Fall 2 – Arrangierte Bilder

Die Kategorie *I* umfasst Bilder, die aufgrund formaler Hinsicht durch eine professionelle Bildproduktion und Bildbearbeitung gekennzeichnet sind. Die Bilder sind durch dritte Andere entstanden. Sie unterscheiden sich von anderen Bildern, die von dritten Anderen aufgenommen wurden, indem die Bilder nicht einen Moment oder eine Aktivität des Liebespaares ablichten soll, sondern das Liebespaar als solches. Insgesamt lassen sich die Bilder in die Kategorie *Arrangierte Bilder* einordnen.

5.2.3 Analyseschritt 3: Axiale Analyse - welche Akzentuierungen ergeben sich innerhalb des zu untersuchenden Bildclusters aus dem Zusammenspiel einzelner Bilder und Bildtypen?

Für die axiale Analyse werde ich exemplarisch vorgehen und diesen Vergleich für eine der axialen Kategorien veranschaulichen. Meine Ergebnisse der einzelnen Bildcluster werde ich darauffolgend in einem zusammengezogenen Schritt auf meine Forschungsfrage hin reflektieren und diskutieren, ohne den axialen Vergleich jedes Mal auszuführen, außer er ist hilfreich, um meine Teilergebnisse besser nachvollziehen zu können.

Für einen axialen Vergleich suche ich mir jeweils ein Bild aus der Kategorie *gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere*, *gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten* (Einzelbild),



Abbildung 76: Axiale Analyse Fall 2 –
Gemeinsamkeiten

Symbolbild für gemeinsam geteilte Lebenseinstellung und *Symbolbild für Unterschiede in der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung* heraus. In einem Kreuz, wie es in Abbildung 76 zu sehen ist, vergleiche ich die Bilder horizontal und vertikal miteinander. Die axiale Analyse wird meist über den Vergleich von zwei Kategorien erzeugt. Dadurch, dass die Bilder jedoch so ähnlich sind und auch die Identifikation ihrer Bildtypen eine starke Ähnlichkeit aufweisen, erachte ich diesen Vergleich für sinnvoll. Durch die Wiederholung der Darstellung von gemeinsam geteilter Tierliebe, der gemeinsam geteilten Liebe für Natur und

Freizeitaktivitäten, gemeinsam geteilten Lebenseinstellung und gemeinsam geteilten Liebe für dritte Andere, werden die gemeinsam geteilten Interessen und Erfahrungen des Liebespaares akzentuiert. Sie bilden keinen Kontrast zueinander, sondern rahmen die Darstellung der Gemeinsamkeiten, der Identifikation des Liebespaares als solches. Die signifikante Ähnlichkeit der Bilder ist die *Gemeinsamkeit* des Liebespaares, welche nicht das Besondere und Außergewöhnliche festhält, sondern einfach das, was gerade im Moment da ist. Wenn ich eine der Collagen dazu nehme, wird deutlich, dass die Einzelbilder eine Wiederholung der Themen sind, die innerhalb dieser Collagen vorkommen und als solche das, was für das Liebespaar zentral ist, durch die Wiederholung hervorheben.



Abbildung 77: Axiale Analyse Fall 2 – axialer Vergleich von Collage und Einzelbild 1

Deutlicher zeigt sich das in Abbildung 77: Die Abbildung der Liebe für dritte Andere und Liebe für Kulinarik kommt sowohl in einer Collage vor als auch in einem Einzelbild. Was das Einzelbild von der Collage unterscheidet, ist die Häufigkeit bestimmter Inhalte und Themen, sodass die Darstellung der Gemeinsamkeiten aufgrund der vielen Bilder auf einmal das Thema in einem Blick stärker bzw. schneller akzentuiert. Innerhalb der Collage in Abbildung 78 wird gleichzeitig *Kulinarik* und *dritte Andere* in Bezug auf das Liebespaar dargestellt. Wenn ich die Collage mit einem Einzelbild vergleiche, wird dadurch das Stilmittel (*Collage*) als Informationsmenge innerhalb eines Bildes deutlich, die die Häufigkeit einer bestimmten Aktivität thematisiert und diese dadurch hervorhebt, wie z.B.: „Als Paar gehen wir oft essen, vegan.“



Abbildung 78: Axiale Analyse Fall 2 – axialer Vergleich von Collage und Einzelbild 2

5.2.4 Analyseschritt 4: Diskussion - wie lassen sich die Analyseergebnisse in Bezug auf meine Fragestellung reflektieren und diskutieren?

Im Analyseschritt 2 konnte ich insgesamt 14 markante Bildtypen ausmachen (*gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten* nehme ich darin nur einmal auf). Für eine weitere Analyse stellt das eine unübersichtliche Anzahl an Bildcluster dar, die es zu verdichten gilt. Über die axiale Analyse können signifikante Ähnlichkeiten oder starke Gegensätze herausgearbeitet werden, die das Bildmaterial auf das Wesentliche komprimieren soll. Die Analyse verläuft nicht linear, sondern in mehreren Phasen. In der ersten Phase habe ich über den axialen Vergleich die 14 Bildtypen miteinander in Beziehung gesetzt und sie in axiale Kategorien eingeordnet: *Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen*, *Romantisches Liebesideal* und *Blickbeziehung (zu Betrachtenden)*. In der zweiten Phase habe ich die axialen Kategorien erneut verglichen und sie wiederum auf Ähnlichkeiten und Gegensätze untersucht. Ziel war es, den abstrahierenden Zusammenhang trotz unterschiedlicher Aspekte herauszuarbeiten und die Schlüsselkategorien zu identifizieren. Die Schlüsselkategorien, die sich aus dieser Analyse für Fall 2 ergaben, sind *Einfachheit* und *Authentizität*. Für einen Überblick der verschiedenen Kategorien habe ich die folgende Grafik (Abb. 79) aufbereitet:

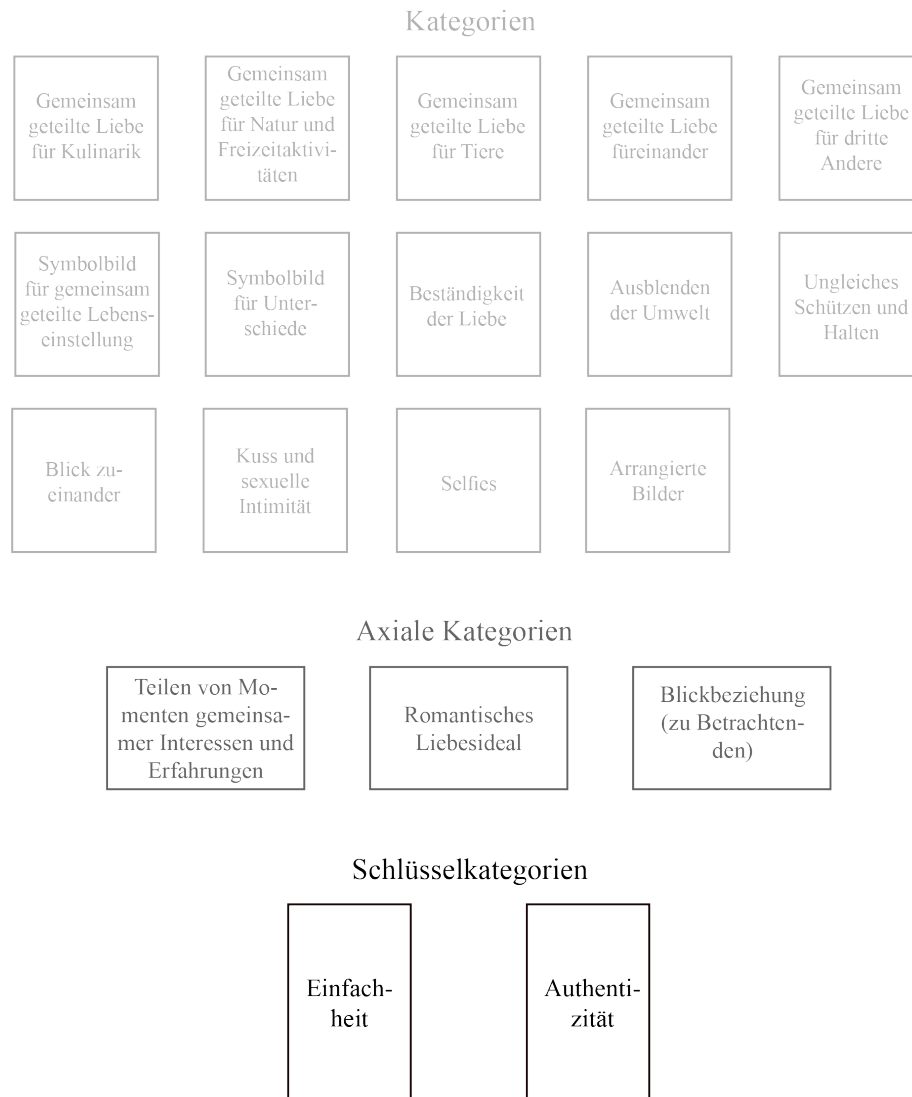


Abbildung 79: Axiale Analyse Fall 2 - Übersicht über die Kategorien

Ich stelle diese Informationen der folgenden Diskussion voraus. Für die Aufbereitung der einzelnen Kategorien oder axialen Kategorien bedeutet das, dass ich die Schlüsselkategorien im Folgenden nicht als Summe dieser übereinstimmenden Aspekte herausarbeite, sondern als Rückbezug zu ihnen und um die jeweilige Kategorie wiederum einzuordnen. Ich möchte nun die Spezifik der axialen Kategorien und Schlüsselkategorien anhand der einzelnen Kategorien sichtbar machen und die Teilergebnisse auf meine Fragestellung hin reflektieren und diskutieren. Dafür stelle ich zu Anfang meiner Ergebnisse je einen kurzen, theoretischen Bezug her.

Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen

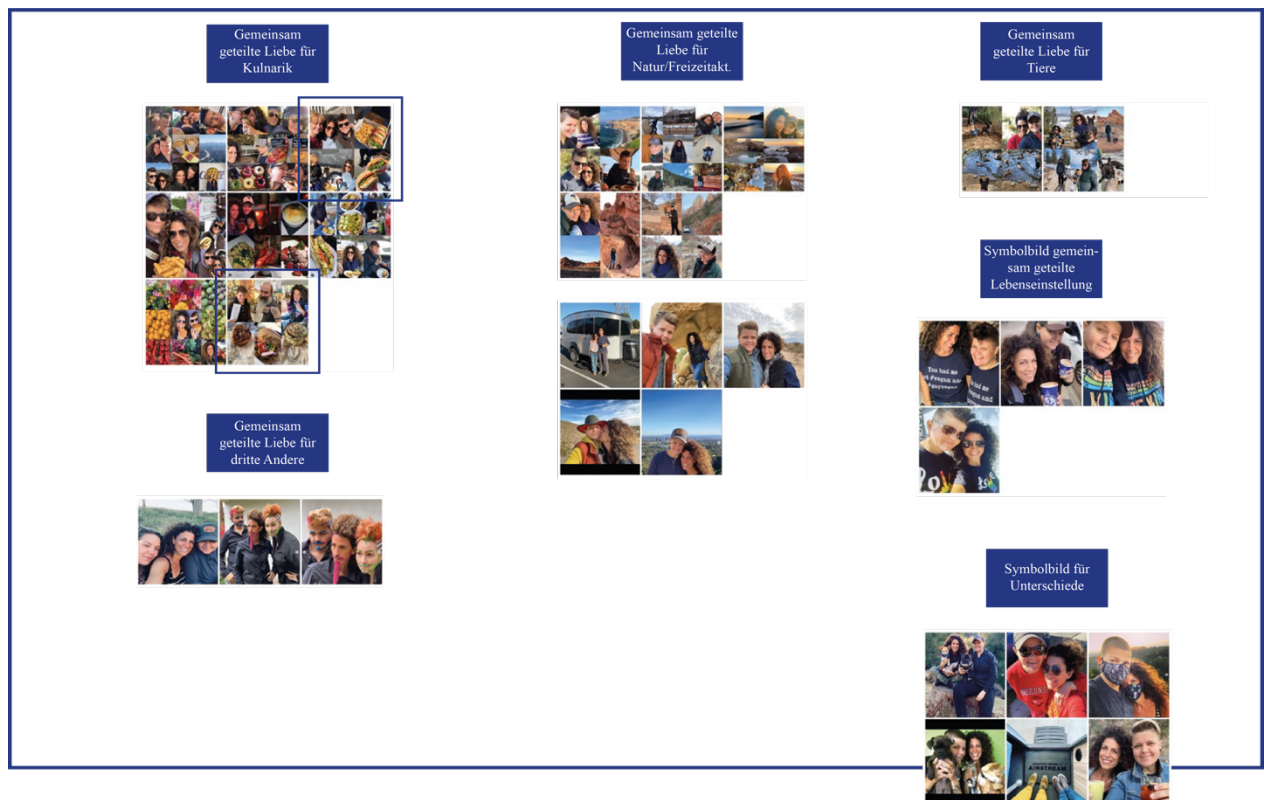


Abbildung 80: Diskussion Fall 2 – Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen

Die Kategorie *Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen* umfasst die Bilder der Kategorien *gemeinsam geteilte Liebe für Kulinarik*, *gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten*, *gemeinsam geteilte Liebe für Tiere*, *gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere*, *Symbolbild für gemeinsam geteilte Lebenseinstellung* und *Symbolbild für Unterschiede in der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung*. In formaler Hinsicht sind die Bilder durch eine unkontrollierte Farbintensität und bunte Farbpalette gekennzeichnet. Aufgrund der collagenartigen Zusammenstellung, die durch die Einzelbilder in dieser Weise ergänzt werden kann, gewinnt die Fotoauswahl ein Meer an Farbkombinationen und Motivzusammenstellungen. Ihre Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich folglich aus einer laienhaften Bildproduktion und Bearbeitung (fast ausschließlich Selfies, kein kontinuierliches Farbschema, wahllose Bildausschnitte, abgeschnittene Gesichter, Collagen), die das Bildcluster und die Zusammenstellung ausmachen. Die Grundoptik der Fotoauswahl ist nicht vorwiegend ästhetisch, sondern einfach und ein wenig ‚zusammengepuzzelt‘ (scheinbar wahllos). Das spiegelt sich auch inhaltlich durch die alltäglichen, nicht exklusiven oder besonderen Aktivitäten und Hintergründe wider. Im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert sich eine *Einfachheit* und *Alltäglichkeit*, die sich durch Freizeitaktivitäten und den Genuss von Kulinarik auszeichnet, die relativ bodenständig dargestellt wird - nichts Besonderes, nichts Außergewöhnliches, sondern etwas Alltägliches und Routiniertes. Ebenso wie die

Körperdarstellung, die nicht vollständig gängigen Schönheitsnormen (wie schlank, gesund, groß, blond, jung und ohne Falten) folgt.

Ein weiteres Montage- und Auswahlverfahren ist die *Authentizität*. Anschaulich wird dieses Verfahren durch die Darstellung von Selbstportraits und schnappschussartigen Bildern von Momenten des alltäglichen Lebens. Im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert sich zwar inhaltlich keine Häuslichkeit und Alltag an sich, weil die Momentausschnitte, *Genuss, Freizeit, Kulinarik, Natur und Tiere* umfassen, jedoch bleiben diese auf einem alltäglichen Level. Es ist nicht die Darstellung eines idealen Liebes-Selbst, aber zumindest die eines idealisierten (Döring 2003 283f), sprich ein glückliches, zufriedenes Liebespaar, das *Spaß*, in den *Urlaub* fährt und *gesund* ist. Insgesamt wird die Nähe des Liebespaares zueinander durch die Umwelt konstruiert bzw. über den Bezug und die Aufwertung (zu) der Umwelt. Obwohl der Konsum sich wie bei Fall 1 nicht als Betonung in der Fotoauswahl dokumentiert, wird er doch thematisiert, indem die gemeinsamen Momente über Konsum (*Kulinarik, Tiere, Ausflüge und Urlaub in der Natur*) konstruiert werden. Ohne eine Romantisierung der Waren kommt auch die Darstellung des Intimsystems aus Fall 2 nicht aus, jedoch steht dieser nicht im Vordergrund der Darstellung auf den Bildern ihrer Fotoauswahl. Ich kann zusammenfassen, dass sich die Bilder, die sich unter die axiale Kategorie *Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen* einordnen lassen, durch eine visuelle Symbolik auszeichnen, die einen semantischen Sinngehalt der *Einfachheit* und *Authentizität* vermitteln und anhand der Fotoauswahl dieses Liebespaares zur Darstellung ihres Liebes-Selbst als Teil der Liebessemantik verwendet werden: Liebe ist Gemeinsamkeit, Liebe ist Teilen von Momenten, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Ich werde im Folgenden erläutern, warum ich die Kategorien in die axiale Kategorie *Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen* einordne, welche spezifischen Akzente durch die Wiederholung bestimmter Motive innerhalb der einzelnen Kategorien gesetzt werden und welche weiteren Kommunikationsgehalte ich für mein Erkenntnisinteresse daraus gewinnen kann.

Gemeinsam geteilte Liebe für Kulinarik, gemeinsam geteilte Liebe für die Natur, gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere, gemeinsam geteilte Liebe für Tiere, gemeinsam geteilte Liebe für Freizeitaktivitäten – zusammengefasst als *Gemeinsamkeiten* meint das, was die Bildung einer intersubjektiv konstituierten Welt eines Intimsystems als gemeinsames Kommunikationssystem begünstigt (Luhmann 2008, 13) und ein „Wir-als-Einheit“ anstatt eines „Ichs“ begründen kann (Lenz 2009, 243). Die axiale Kategorie *Gemeinsam geteilte Liebe füreinander* (siehe Seite 98) ist zwar auch eine Collage sowie eine Liebe für etwas, welche das Liebespaar teilt, jedoch wird diese Gemeinsamkeit nicht über das außen, über den Bezug zur Umwelt konstruiert, sondern über das Innen ihres Liebes-Selbst. Das Bildcluster *Gemeinsamkeiten*

(siehe Seite 97-99) enthält Anhaltspunkte für die Bildcluster *Ausblendung der Umwelt, Beständigkeit der Liebe*, aber auch *Selfies* und *ungleiches Halten und Schützen*. Es wird einmal mehr deutlich, dass in den Collagen alle visuellen Bedeutungsgehalte schon enthalten sind.

Im Montage- und Auswahlprinzip dokumentiert sich eine gemeinsame Lebenswelt, die Kulinarik, Tiere, (Abenteuer in der) Natur, Freizeitaktivitäten und dritte Andere umfasst. Durch die Wiederholung dieser Motive akzentuiert sich eine Kontinuität und etwas Routiniertes innerhalb des Liebespaares, als wäre dies ihr Rahmen, in dem sie sich bewegen und der für sie reflexiv zugänglich und abrufbar ist. Die Darstellung, die sich abzeichnet, ist vielmehr ein Miteinander anstatt eines Nebeneinanders, wie bei Fall 1, das sich eben nicht durch optische Ähnlichkeit der Personen nebeneinander konstruiert, sondern durch die gemeinsame Liebe für etwas bestimmtes, das miteinander gelebt und zelebriert wird. Sie akzentuiert eine Interaktionslogik des Liebes-Selbst als Team. Zum Montage- und Auswahlverfahren gehören keine besonders außergewöhnlichen oder exklusiven Hintergründe, stattdessen gehört das Zurücktreten des Hintergrundes in den Hintergrund dazu, sodass eine der aufgezählten Gemeinsamkeiten in den Vordergrund tritt. Dadurch dokumentiert sich in der Fotoauswahl eine Momenthaftigkeit, ein Schnappschusscharakter – als Gegensatz zu einer Szene¹⁹, die ausschließlich für die Bildproduktion geplant und erzeugt wurde, aber dennoch positiv konnotiert ist. Wie schon erwähnt, wird das durch die laienhafte Bildproduktion und Bildbearbeitung (schlechte Auflösung, wahllose Bildausschnitte, Selfies) verstärkt. Es ist vielleicht keine absolute Ich-Überhöhung im goffman'schen Sinne, jedoch wird durch die ikonische Ähnlichkeits- und mediale Nachbarschaftsbeziehung die Darstellung eines glücklichen Liebespaares erzeugt und idealisiert. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Gemeinsamkeit, Liebe ist Teilen von Momenten, Liebe ist gemeinsame Erfahrung, Liebe ist gemeinsames Interesse, Liebe ist Konsum, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Symbolik

ist als symbolische Form in allen Bildern vorhanden, insofern sich darin eine Weltvorstellung ausdrückt (Hub 2010, 150) und ebenfalls das, was Imdahl mit der Ikonik eines Bildes (1994, 301) beschreibt, dessen Sinn wir durch das Anschauen erfassen und begreifen können. Worin sich die Bilder der Kategorie *Symbolbild für gemeinsam geteilte Lebenseinstellung* und *Symbolbild für Unterschiede in der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung* (siehe Seite 99f) jedoch unterscheiden, ist die zusätzliche sprachliche Symbolik, die teilweise in dieser Fotoauswahl hervortritt bzw. das Bild als Symbolbild. Dieses appelliert an das Erinnerungsvermögen der Betrachtenden, das Gesehene mit dem dazugehörigen kulturellen Zeichen zu verknüpfen (Wuss 2020, 465). Im Auswahl- und

¹⁹ Worin sich Schnappschüsse, Bilder, die retuschiert wurden und Manipulationen gleichen, sind die Darstellungen von geschehenen Ereignissen, sogenannten Szenen. Sie erzählen eine Geschichte und haben eine narrative Handlung. Damit unterscheiden sie sich von der Kategorie des Portraits, die nicht eine Abfolge von Ereignissen darstellt, sondern ein Sujet (Goffman 1981, 64).

Montageprinzip dokumentiert sich, dass der symbolische Gehalt der Bilder – der ikonische Bildausdruck – nicht ausreicht und von der Symbolik der Sprache unterstützt wird. Was sich in der Fotoauswahl unumstößlich dokumentiert, ist zum einen die gemeinsam geteilte Lebenseinstellung als *vegan, gayvegan, freilebend* („in a world where you can be anything“), *buntliebend* („love“ in Regenbogenfarben) und *kaffeetrinkend*.

Zum anderen dokumentiert sich in den Bildern aufgrund der direkten Gegenüberstellung der Symbolik, also innerhalb der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung von Haustierbesitzerinnen, Abenteuer („adventure inspired by airstream“), Corona (FFp2-Masken), Kulinarik (Getränke) und Herkunft oder Fan-Stadt (Fan-Pullover) eine Differenz zwischen den Einzelpersonen des Liebespaares. Der Unterschied ist zwar nicht sehr deutlich bzw. nicht im Fokus der Fotoauswahl, weil sich die Bilder eher über das Auswahl- und Montageverfahren gemeinsam geteilter Lebenseinstellungen formieren. Dadurch, dass die ikonische Ähnlichkeits- und mediale Nachbarschaftsbeziehung die Darstellung eines glücklichen Liebespaares erzeugt und – wie ich bei Fall 1 erwähnt habe – die *Dominanz des Selbstverwirklichungsmotivs* unter anderem eine Veränderungstendenz des romantischen Liebesideals darstellt (Lenz 2009, 286f), möchte ich diese feine Differenz innerhalb des Intimsystems nicht auslassen. Denn was sich anhand der sechs Bilder abzeichnet, ist ein individueller Geschmack oder Stil, etwas, das nicht für die Liebe zur anderen Person aufgegeben wird, sondern eine freie Entscheidung der Wahl und die Autonomie der Einzelpersonen ist. Dies zeichnet sich außerdem in den unterschiedlichen Körpergrößen, Haarschnitten und Klamotten aus, die jedoch eher auf eine bestimmte Geschlechtstypik verweisen.

Mit knapp einem Zehntel des gesamten Datenkorpus macht diese Tendenz nicht so viel in der visuellen Liebessemantik aus und verstärkt den Eindruck einer Inszenierung der gemeinsam geteilten Lebenswelt und dem zugrundeliegenden gemeinsam geteilten Kommunikationssystem. Aufgrund der Symbolik der Masken wird außerdem ein Bezug zur Umwelt des Intimsystems erzeugt, in dem dieses eingebettet ist und einen realen Lebensbezug herstellt. Das spiegelt sowohl das Teilen von Momenten gemeinsamer Erfahrungen wider als auch eine gewisse Authentizität, weil das Liebespaar sich nicht auf einem Luftschloss gebaut darstellt, sondern auf realen Fakten der aktuellen Lebenssituation. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist geteilte Lebensrealität, Liebe ist Teilen von Momenten, Liebe ist Autonomie und Selbstverwirklichung, Liebe ist gemeinsame Erfahrung, Liebe ist gemeinsames Interesse, Liebe ist Konsum, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Zwischenfazit

Aufgrund der verschiedenen Bildtypen, aber gleichen Montage- und Auswahlprinzipien, die die Zusammenstellung der Bilder dieser axialen Kategorie bestimmen, verdichtet sich das *Teilen von Momenten gemeinsamer Erfahrungen und Interessen* als Liebescode, der mit 33/63 Bildern ungefähr

die Hälfte der Darstellungsweise und die visuelle Liebessemantik dieses Intimsystems ausmacht. Zum einen dokumentiert sich in diesem Montage- und Auswahlverfahren die Logik der Plattform und die Aneignung des Bildes als Medium der Kommunikation und des Austausches von Momenten - nicht der Erinnerung und nicht als Gedächtnis (Van Dijck 2008, 60; Kramer 2018, 29). Zum anderen geht es um die Teilhabe an bestimmten Liebeslebensausschnitten und privaten Informationen und damit auch um eine gewisse Intimität und Nähe. Diese wird vor allem durch die unmittelbare Nahbarkeit zu den Betrachtenden dieser Fotos und der Darstellung von Selbstportraits hergestellt wird.

Durch den ikonischen Ausdruck und der darin enthaltenen, dezidiert sprachlichen Symbolik wird der Beziehungsrahmen des Intimsystems als *gemeinsam geteilte Erfahrungen und Interessen* (Kulinarik, Natur, Tiere, Freizeitaktivitäten, Lebenseinstellung) festgelegt. Die Gemeinsamkeiten, welche die Einzelpersonen miteinander verbinden, bilden die Grundlage für ihr gemeinsam geteiltes Intimsystem. In Folgebildern würde ich keine Abweichung dieser Themen erwarten. Auch das Montage- und Auswahlverfahren der Collage-Bilder unterstützt diese Rekonstruktion. Durch sie werden diese Momente in verdichteter Form in nur einem Bild erzeugt. Interessant zu ergänzen ist, dass dieses Stilmittel nur in den Jahren 2018-2020 verwendet wird und Instagram selbst nach ungefähr diesem Zeitraum die Verwendung von Collagen mit der Möglichkeit zu Mehrfachbildern in einem Post überflüssig macht, um die verdichtete Form und schnelle Kommunikation vieler Informationen auf einmal zu ermöglichen. Es wird damit zum Supermedium des Austauschs von Momenten und treibt die Sozialkommunikation innerhalb des virtuellen Raums weiter an. Die Spezifik, die sich in der axialen Kategorie *Teilen von Momenten gemeinsamer Erfahrungen und Interessen* akzentuiert, ist zum einen die Nahbarkeit und Authentizität des Liebespaares gegenüber seinem Publikum auf Instagram und zum anderen der festabgesteckte Beziehungsrahmen, der die Gemeinsamkeiten als selbstreferentielle Operationen festlegt, um das Intimsystem zu definieren.

Romantisches Liebesideal

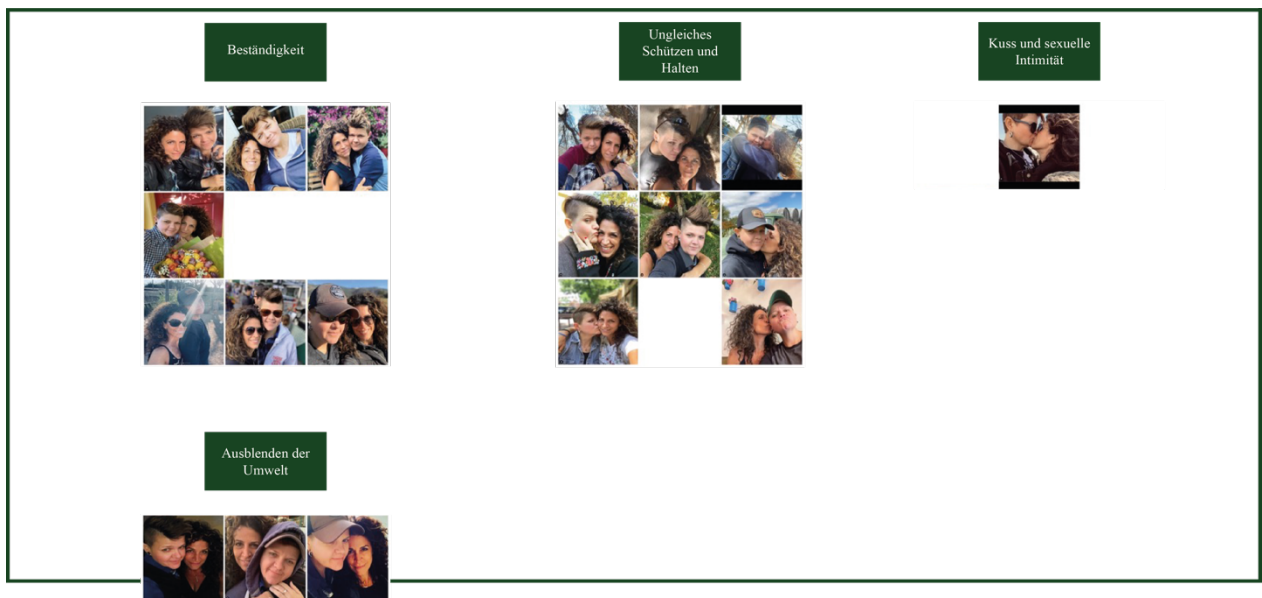


Abbildung 81: Diskussion Fall 2 – Romantisches Liebesideal

Die axiale Kategorie *Romantisches Liebesideal* umfasst die Bilder der Kategorien *Beständigkeit der Liebe*, *Ausblenden der Umwelt*, *Ungleiches Schützen und Halten* und *Kuss und sexuelle Intimität*. In formaler Hinsicht sind die meisten Bilder durch eine unkontrollierte Farbintensität und bunte Farbpalette gekennzeichnet. Die Farbkombinationen ergeben sich aus der großen Fläche der Hautfarbe durch die nahen Selbstaufnahmen und den Kleidungsstil - in den meisten Fällen ist dieser gezeichnet durch die Farben Grau, Braun oder Blau. Die Bilder wirken tendenziell dunkel, weisen aber mehrfach leuchtende Sonnenstrahlen auf, die die Grundstimmung aufhellen. Aufgrund der formalen Optik und der lächelnden und meist fröhlichen Gesichter des Liebespaares als Gegenstand der Bilder, dokumentiert sich im Montage- und Auswahlverfahren dieses Bildclusters ein glückliches und positives Liebes-Selbst. Das verweist wiederum auf ein möglich idealisiertes, aber kein ideales Liebes-Selbst, das hier dargestellt wird (Döring 2003, 283f). Die Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich aus einer überwiegend laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung (fast ausschließlich Selfies, kein kontinuierliches Farbschema, wahllose Bildausschnitte, abgeschnittene Gesichter, Collagen), welche die Zusammenstellung ausmachen. Aufgrund der kaum wechselnden Posen, Requisiten oder Hintergründen – das Hauptmotiv ist die nahe und intime Zweisamkeit des Liebespaares – die eine Gleichmäßigkeit und Konsistenz erzeugen, gilt überwiegend das Montage- und Auswahlverfahren *Einfachheit* und *Authentizität*. In der Fotoauswahl bildet sich nichts Besonderes oder Außergewöhnliches ab, sondern eine tägliche Liebe, eine alltägliche Liebe. Auch die Darstellung von Selfies und Bildern mit Schnappschusscharakter veranschaulicht das. Ich kann zusammenfassen, dass sich die Bilder, die sich unter die Kategorie *Romantisches Liebesideal* einordnen lassen, durch eine visuelle Symbolik

auszeichnen, die einen semantischen Sinngehalt der *Einfachheit* und *Authentizität* vermitteln und anhand der Fotoauswahl dieses Liebespaars zur Darstellung ihres Liebes-Selbst als Teil der Liebessemantik verwendet werden: Liebe ist Romantik, Liebe ist Zweisamkeit, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Ich werde im Folgenden erläutern, warum ich die Kategorien in die axiale Kategorie *Romantisches Liebesideal* einordne, welche spezifischen Akzente durch die Wiederholung bestimmter Motive innerhalb der einzelnen Kategorien gesetzt werden und welche weiteren Kommunikationsgehalte ich für mein Erkenntnisinteresse daraus gewinnen kann.

Das romantische Liebesideal umfasst im traditionellen Sinne, wie ich zuvor bei Fall 1 erläutert habe, *Exklusivität, Dauerhaftigkeit, Ehe, Entwertung der Umweltbezüge, Liebe ist selbsterklärend, Sexualität* und *Elternschaft* (Lenz 2009, 276-79). Veränderungstendenzen des romantischen Liebesideals heute sind die *Dominanz des Selbstverwirklichungsmotivs*, das *Verschwinden von Geschlechtsspezifik* und die *Aufwertung der Kommunikation* (Lenz 2009, 286ff). Ich werde die einzelnen Aspekte der romantischen Liebe nicht erneut ausführen, sondern nur die Akzente der jeweiligen Montage- und Auswahlverfahren aufzählen.

Dauerhaftigkeit

dokumentiert sich im Montage- und Auswahlverfahr als ein übergreifendes Motiv aller Selbstportraits. Die ähnliche Pose, Perspektive und der ähnliche Ausschnitt der Bilder (siehe *Beständigkeit der Liebe*, Seite 101) erzeugen den Eindruck einer Dauerhaftigkeit der Liebe. Aufgrund dieser Darstellung akzentuiert sich eine Beständigkeit über Zeit und Raum hinweg, die Sicherheit und Reduktion der komplexen Welt für die Einzelpersonen des Liebespaars vermittelt. Das Intimsystem wird dadurch sichergestellt.

Entwertung der Umweltbezüge

habe ich als Kategorie *Ausblenden der Umwelt* der axialen Kategorie *Beständigkeit der Liebe* zugeordnet, weil die Bilder (siehe Seite 101) innerhalb dieser Kategorie ebenfalls die gleiche Pose, Perspektive und den gleichen Ausschnitt aufweisen. Jedoch ist auf dem jeweiligen Bild überhaupt kein Hintergrund zu sehen, da das Intimsystem das ganze Bild ausfüllt. Über die Wiederholung dieses Motivs kann ich das Gestaltungsmerkmal *Entwertung der Umweltbezüge* rekonstruieren, welches zwar auf den restlichen Fotos der *Beständigkeit* auch eine Rolle spielt, da auch darauf sehr wenig Hintergrund zu sehen ist, jedoch stellen die drei Fotos eine Reinform dieser Entwertung bzw. dieses Ausblendens der Umwelt dar.

Ungleichen Schützen und Halten

wird auf den Bildern (siehe Seite 102) außerdem aufgrund einer angedeuteten *Geschlechtsspezifik* als Teil das romantischen Liebesideals hervorgehoben. Die Einzelpersonen nutzen innerhalb dieser Darstellungen unterschiedlicher Symboliken, die unterschiedliche Stereotype bedienen.

Durch die Körperhaltung und Körperdarstellung dokumentiert sich eine Differenz in der Art und Weise, wie die Körper (Körpergestik und Mimik) in Bezug auf Schutz und Halt dargestellt werden. Was diese Bilder verbindet, ist ein überwiegend von der Person mit kurzen Haaren ausgehender Schutz und Halt gegenüber der Person mit langen Haaren. Dieses Auswahl- und Montageverfahren akzentuiert eine Geschlechtsspezifität innerhalb eines homosexuellen Paares, indem die Person mit kurzen Haaren als männlich gelesen werden kann und die Person mit langen Haaren als weiblich. Diese Zuschreibung dokumentiert sich außerdem aufgrund des unterschiedlichen Gewands, des unterschiedlichen Stils und unterschiedlichen Gesichtsausdruckes (die weiblich gelesene Person ist offener und fröhlicher, die als männlich gelesene Person ist verschlossener und ernster), die sich bei der Identifikation dieser Kategorie schon abgezeichnet hat (siehe Kapitel 5.2.2).

In der Darstellung dieses Liebespaares wird trotz der Homosexualität eine Geschlechtsspezifität thematisiert, die nicht nur die starre Zweigeschlechtlichkeit hervorhebt, sondern auch ein Machtmoment, das die Personen traditioneller Erwartung gerecht in ein Machtverhältnis setzt, das die als männlich gelesene Person über die als weiblich gelesene Person erhebt. Diese ausgewiesene Passivität und Aktivität der jeweiligen Person dokumentiert sich außerdem aufgrund der Blickbeziehung, da die als männlich gelesene Person den Blick innerhalb dieser Fotoauswahl nie von der Kamera abwendet, die als weibliche gelesene Person schon. Dadurch behält die Person mit kurzen Haaren die Kontrolle (sowohl in Bezug auf die Liebesbeziehung als auch in Bezug auf die Betrachtenden, deren Blick sie sich nicht einfach aussetzt, sondern den Blickkontakt hält).

Der Kuss

als einzelnes Bild (siehe Seite 103) ist der einzige Hinweis für sexuelle Intimität innerhalb des Liebespaares. Darin dokumentiert sich eine Andeutung von Sexualität als Teil des romantischen Liebesideals und ihrer visuellen Utopie als Glücksversprechen dieses Intimsystems. Der Vergleich zu anderen Bildern des restlichen Datenkorpus zeichnet einen starken Kontrast ab (Abb. 82), der wiederum eine Intimität dieses Liebespaares akzentuiert, die nicht so sehr auf Sexualisierung oder animalischer Erotisierung aus ist.

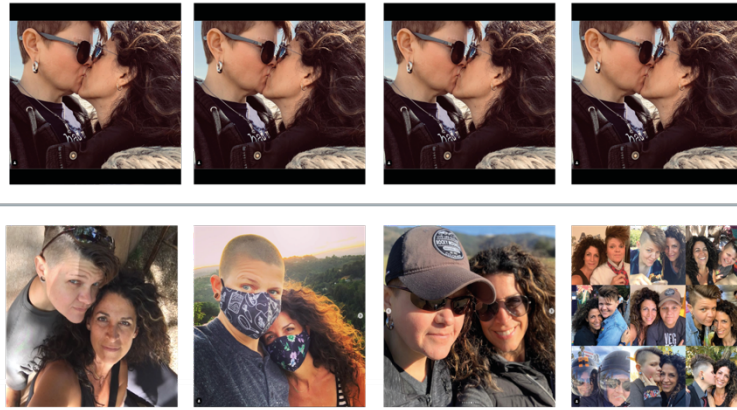


Abbildung 82: Axiale Analyse Fall 2 – axialer Vergleich von Kuss und sexuelle Intimität und anderen Bildern aus dem Datenkorpus

Die Darstellung ihrer körperlichen Nähe symbolisiert Intimität und innere Nähe, die grundsätzlich auf gemeinsamen Interessen und Werten aufbaut anstatt auf ihren Körpern und ihrer Sexualität. Das Bildcluster hat zwar mit einem Bild keine tragende Rolle in der gesamten ikonischen Ausdrucksweise dieses Liebespaares und ihrer visuellen Liebessemantik, jedoch ist der Kuss ein starkes Symbol, das für die Liebe dieses Intimsystems steht und zum anderen wird dadurch das körperliche Miteinander thematisiert. Der Kontrast des Kusses zu den anderen Bildern akzentuiert eine Körperlosigkeit bzw. eine Körperlichkeit des Intimsystems, die nicht von außen durch stereotype Ästhetik (schön, makellos, fit, schlank, groß, jung), sondern von innen (Werte, Lebensweise, Interessen) heraus wichtig erscheint. Im Vergleich zu Fall 1 dokumentiert sich in der gesamten Fotoauswahl und Montage kaum eine Körperdarstellung, die es erlaubt, diese Körper z.B. nach Schönheitsnormen zu bewerten, weil der Blick darauf verwehrt bleibt. Im Vordergrund bleiben die Nahaufnahmen der Gesichter und teilweise ihrer Oberkörper, die durch ihre Nähe zueinander zu einer Figur – dem Liebes-Selbst – verschmelzen. Das hebt das Miteinander, die Zweisamkeit, ihre Intimität und Zuneigung über ihre körperliche Nähe, das Festhalten, Stützen und Anlehnen hervor.

Die Darstellung des Kusses drückt demnach die geschlossene Einheit ihrer geistigen Wesen aus, die entgegen traditioneller Vorstellung von Sexualität auf eine erotische Verschmelzung ihrer Körper verzichtet. Das bedeutet nicht, dass erkennbar wird, ob sie ihre Körper bzw. Körperlichkeit und Sexualität ablehnen, sondern, dass sie die gewählte Darstellung nutzen, um ihr räumliche Trennung im Rahmen des Fotos zu minimieren und darüber ihre Nähe in der Zweisamkeit hervorzuheben und damit auch ihr Liebesglück. In der Fotoauswahl von Fall 1 dokumentiert sich im Gegensatz dazu tendenziell eine Darstellung des Liebesglücks, welches an der offensichtlichen Schönheit der Körper und Gesichter dieses Intimsystems gemessen wird und den Betrachtenden frei zur Verfügung steht. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Beständigkeit, Liebe ist Ausblenden der Umwelt, Liebe ist Selbstverwirklichung,

Liebe ist Geschlechtsspezifik, Liebe ist Intimität, Liebe ist Zweisamkeit, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Zwischenfazit

Aufgrund der verschiedenen Bildtypen und Anzahl der Fotos (19/63), die nicht ausschließlich das romantische Liebesideal im traditionellen Sinne umfassen, scheint das *romantische Liebesideal* als Liebescode nur eine Andeutung innerhalb der Liebessemantik dieses Intimsystems auszumachen. Im Auswahl- und Montageprinzip dokumentiert sich weder eine *Exklusivität* (außer der zueinander), noch ein *Eheversprechen*, *Elternschaft* oder die *Liebe als selbsterklärend* und die *Sexualität* wird als erotische Intimität in lediglich einem Foto angedeutet. Aufgrund der *Dauerhaftigkeit* (Beständigkeit) der Liebe und *der Entwertung der Umweltbezüge* (Ausblenden der Umwelt), die einen Großteil der Bilder ausmachen, wird weniger ein dezidiert romantisches Liebesideal akzentuiert, sondern vielmehr die Systembildung dieses Liebespaares gegenüber der Umwelt als Zweisamkeit.

Zum einen lassen sich Hinweise darauf dokumentieren, dass die Darstellung des Liebespaares in eine enttraditionalisierte Richtung weist (*Selbstverwirklichungsmotiv*) und zum anderen eben auf diesen traditionellen Werten aufbaut (*Geschlechtsspezifik*). Dass sich diese Geschlechtsspezifik innerhalb der Darstellung eines homosexuellen Liebes-Selbst wiederfindet, kann darauf hinweisen, dass der Rückgriff auf ein gesellschaftlich vorgegebenes Darstellungs-Repertoire erfolgt. In der Gegenwartsgesellschaft dominiert immer noch die unverrückbare Annahme der *Zweigeschlechtlichkeit* und der *Polarisierung einer Frauen- und Männertypik* mit vorgegebenen Machtunterschieden (Degele & Winker 2011, 73). Die Darstellung dieses Liebespaares ist somit in gesellschaftliche Werte und Normen eingebettet, die ihre Darstellungsweise beeinflusst, ob bewusst oder unbewusst. Dennoch entspricht die Fotoauswahl nicht der visuellen Utopie romantischer Liebe und die Abkehr traditioneller Vorstellungen und Standards wird schon aufgrund der offensichtlichen Homosexualität hervorgehoben. Die Spezifik, die sich in der axialen Kategorie *romantisches Liebesideal* akzentuiert, ist eine ambivalente Darstellung von Liebe, die sich zwischen traditionellen und modernen, aber auch romantisch gesteigerten und entromantisierten Polen bewegt. Dennoch zeichnet sich die Tendenz eines modernen romantischen Liebespaares ab.

Wie sich das Intimsystem als geschlossenes System der Zweisamkeit gegenüber der Umwelt differenziert und nicht gegenüber anderen Liebespaaren, möchte ich anhand der letzten axialen Kategorie erläutern.

Blickbeziehung (zu Betrachtenden)

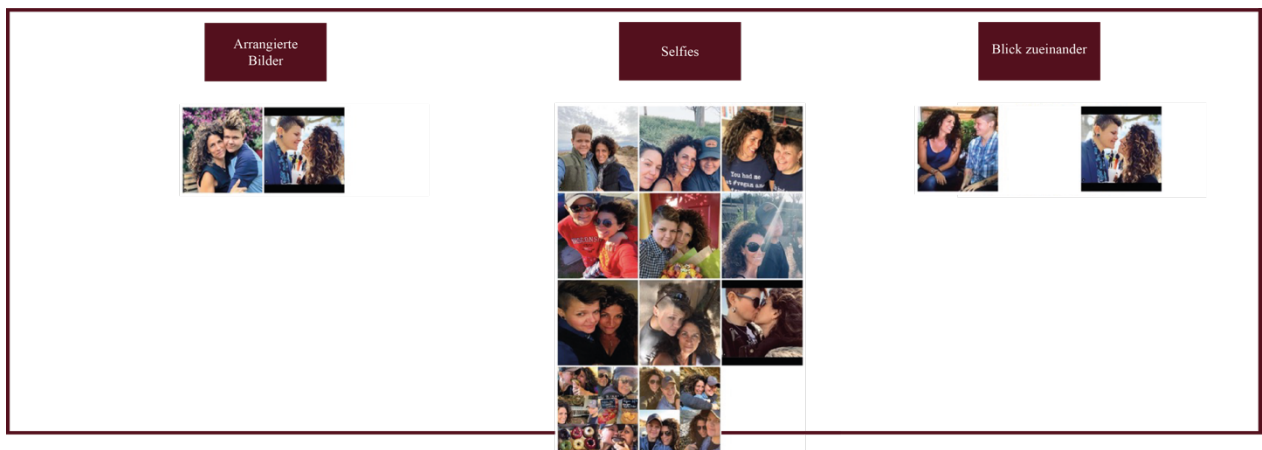


Abbildung 83: Diskussion Fall 2 – Blickbeziehung (zu Betrachtenden)

Die axiale Kategorie *Blickbeziehung (zu Betrachtenden)* umfasst die Bilder der Kategorien *Blick zueinander*, *Arrangierte Bilder* und *Selfies*. In formaler Hinsicht sind die meisten Bilder, wie zuvor bei der axialen Kategorie *Romantisches Liebesideal* beschrieben, durch eine unkontrollierte Farbintensität bunte Farbpalette gekennzeichnet. Auch der Gegenstand der Bilder – die Nähe innerhalb des Intimsystems aufgrund der körperlichen Nähe und Verschmelzung zu einer Person bzw. zu einer Figur – ist ähnlich. Hinsichtlich der formalen Optik und der lächelnden und meist fröhlichen Gesichter des Liebespaares als Gegenstand der Bilder dokumentiert sich im Montage- und Auswahlverfahren dieses Bildclusters ein glückliches und positives Liebes-Selbst. Die Ähnlichkeitsbeziehung erschließt sich aus einer überwiegend laienhaften Bildproduktion und Bildbearbeitung (fast ausschließlich Selfies, kein kontinuierliches Farbschema, wahllose Bildausschnitte, abgeschnittene Gesichter, Collagen), welche die Zusammenstellung ausmachen. Einen Unterschied gibt es jedoch zu der vorherigen Beschreibung: Zwei Bilder weisen eine formal hohe Auflösung auf und eine tendenziell professionelle Bildproduktion und Bildbearbeitung. In der Zusammenstellung bilden sie einen Moment der Ästhetik gegenüber dem restlichen Datenkorpus. Dennoch bleiben *Einfachheit* und *Authentizität* überwiegend die Montage- und Auswahlverfahren der Fotoauswahl.

Ein weiteres Montage- und Auswahlverfahren, das sich anhand der Zusammenstellung herausbildet, ist die Bezugnahme zu den Betrachtenden, die das Intimsystem als geschlossenes System gegenüber seiner Umwelt differenziert. Diese Bezugnahme erfolgt vor allem durch die Blickbeziehung und *Portalästhetik* (Müller 2018, 100), die mit einem gewissen Machtmoment über die Betrachtenden einhergeht. Insgesamt wird die Nähe des Liebespaares, insbesondere ihre Zweisamkeit, durch Bilder konstruiert, die das *Ausblenden der Umwelt* und die *Beständigkeit der Liebe* thematisieren (romantisches Liebesideal). Denn auf den Bildern ist kaum etwas anderes zu sehen

als die zwei Gesichter, verschmolzen zu einer Figur. Außerdem wird ihr Intimsystem als geschlossenes System gegenüber der Umwelt durch die (Blick)Beziehung zwischen den Betrachtenden und Betrachteten konstruiert. Ich kann zusammenfassen, dass sich die Bilder, die sich unter die Kategorie *Blickbeziehung (zu Betrachtenden)* einordnen lassen, durch eine visuelle Symbolik auszeichnen, die einen semantischen Sinngehalt der *Einfachheit* und *Authentizität* vermitteln und anhand der Fotoauswahl dieses Liebespaares zur Darstellung ihres Liebes-Selbst als Teil der Liebessemantik verwendet werden: Liebe ist Blickbeziehung, Liebe ist Differenzierung, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Ich werde im Einzelnen nun darauf eingehen welche spezifischen Akzente durch die Wiederholung bestimmter Motive innerhalb der einzelnen Kategorien gesetzt werden und welche weiteren Kommunikationsgehalte ich für mein Erkenntnisinteresse daraus gewinnen kann.

Blicke

werden nicht nur von Bildern angezogen, sondern auch von ihnen abgebildet (Belting 2007, 49). Als Betrachtende schreiben wir künstlichen Medien, wie dem Bild, körperliche Eigenschaften zu, so auch der Eigenschaft des Blickens (ebd., 66). Wenn wir ein Foto betrachten, erwacht unser eigener Blick, wenn dieser auf einen Blick aus dem Foto trifft. Diesen Blick übertragen wir auf ein fiktives Gegenüber (ebd., 67). Der Blick verlebendigt das Medium Bild, eröffnet eine Beziehung zwischen Betrachtenden und Betrachteten und übt damit eine Macht auf die Betrachtenden aus. Ein Blick in die Kamera ist demnach die Verbindung zu den Personen, die das Bild betrachten. Die Möglichkeiten des Blickes sind in diesem Bildcluster, dass sich das Liebespaar anschaut (*Blick zueinander*); dass das Liebespaar aus dem Foto herausblickt, in die Kamera schaut und dabei den Blick auf sich durch dritte Andere bereitet (*Selfies*) und dass das Liebespaar den Blick durch dritte Andere bereitet (*Arrangierte Bilder*).

Blick zueinander

ist ein Bildcluster mit geringer Anzahl (siehe Seite 103). Im Auswahl- und Montageprinzip dokumentiert sich eine seltene Form der Macht- bzw. Kontrollabgabe des Liebespaares. Aufgrund der Abwendung der Gesichter von der Kamera und hin zueinander, akzentuiert sich eine Art voyeuristischer Moment, weil das die einzige Darstellungsweise ist, bei der sich die Betrachtenden das Paar in Ruhe anschauen können, ohne durch einen Blick aus dem Bild gestört bzw. abgelenkt zu werden. Diese Darstellungsweise erzeugt eine andere Art der Intimität, welche das Liebespaar nur miteinander teilt und die Dynamik zwischen Betrachtenden und Betrachteten verändert. Die Abgebildeten sind dem Blick der Betrachtenden vollkommen ausgeliefert. Es ist ein vermeintlich privater Moment des Intimsystems. Wenn ich die Selbstdarstellung als Interaktionssystem betrachte, die das Intimsystem im virtuellen Raum erzeugt, kann ich auch davon ausgehen, dass es keine Privatheit und Möglichkeit gibt, diesen Blicken der anderen

auszuweichen (Luhmann zit. nach Kieserling 1999, 48). Diese vermeintliche Privatheit und Intimität hinterlässt aufgrund der Veröffentlichung nur noch einen Inszenierungscharakter. Es ist ähnlich, wie es zuvor bei der Schein-Exklusivität von Fall 1 diskutiert wurde (siehe Kapitel 4.1.4): Das besondere Miteinander, das im Privaten erlebt wird, wird zum Schein, sobald dieses veröffentlicht wird, da öffentlich gepostete Bilder niemals privat sind (Goffman 1981; Müller 2018) und das Private dadurch zu etwas Inszeniertem wird. Deshalb dokumentiert sich in diesem Montage- und Auswahlprinzip die Logik der Plattform von Instagram und der Zwang des Umstülpens des Privaten in den öffentlichen Raum und damit auch das Liebespaar als im digitalen Raum inszeniert.

Dass der Blick zueinander so selten ist und damit auch die Kontrollabgabe des Liebespaares an die Betrachtenden, zeigt sich erst im Vergleich zu den anderen Bildern. Denn von den Bildern mit der Darstellung eines zueinander blickenden Liebespaares, gibt es nur 3/63. Dieses Verhältnis akzentuiert damit eine seltene Interaktionsdynamik, die das Liebespaar mit den Betrachtenden konstruiert. Innerhalb dieser Dynamik lassen die Abgebildeten einen intimen, unbeobachteten Moment der Beobachtung zu und liefern sich diesem Blick machtlos aus, wobei dieser Moment immer Teil einer reflexiv zugänglichen Inszenierung bleibt. In den meisten Darstellungen behalten sie die Kontrolle über die Blickbeziehung mit den Betrachtenden jedoch, indem sie aus dem Bild blicken. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Kontrollabgabe über die Blickbeziehung, Liebe ist Inszenierung und Liebe ist Einfachheit.

Arrangierten Bilder

sind gestellte Bilder, welche die Mitarbeit des Posierens erfordern, bevor die Aufnahme geschossen wird (Goffman 1981, 60). Die Abgebildeten geben sich dem Blick der außenstehenden Person (wahrscheinlich professionelle/r Fotograf:in) hin und geben dieser die Kontrolle über die Aufnahme der Fotografie ab. Sie überlassen ihr damit auch die Darstellung ihres Liebes-Selbst. Das Bildcluster *Arrangierten Bilder* (siehe Seite 104) weist formal eine höhere und professionellere Bildproduktion und Bildbearbeitung auf. Außerdem eine ästhetische Grundoptik. Im Auswahl- und Montageprinzip dokumentiert sich eine außenstehende andere Person, die das Bild aufnimmt, welche den Außenblick auf dieses Liebes-Selbst hat. In der Ähnlichkeit der arrangierten Bilder dokumentiert sich vor allem eine Ästhetik, die dem Liebespaar von außen (professioneller Instanz) herangetragen wird und einem glücklichen, schönen Paar, einem Paar, wie man es sich z.B. in Hollywoodfilmen vorstellt, entspricht. Es wird damit ein ideales Liebes-Selbst thematisiert, welches durch dritte Andere erzeugt wird. Es dokumentiert sich außerdem über den Vergleich zum restlichen Datenmaterial, dass sich das Liebespaar nur selten (2 (Arrangierte Bilder) + 3 (gemeinsam geteilte Liebe füreinander und Natur und Freizeitaktivitäten) -mal) in diese Obhut begibt und sonst selbst gern die Bildproduktion kontrolliert und steuert. Aufgrund des Vergleichs zu den anderen Bildern (fast ausschließlich

Selfies), erlaubt das Liebespaar nur fünfmal eine Zwischenschaltung der direkten Verbindung zu den Betrachtenden im Interaktionsraum Instagram durch dritte Andere, die die Bildproduktion kontrollieren. Dieses Bildcluster konstruiert einen Kontrast, der die Eigenschaften der Authentizität und Nahbarkeit durch Schnappschüsse, Selfies und Teilen von Momenten der restlichen Bildcluster des Intimsystems akzentuiert. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Ästhetik, Liebe ist Kontrollabgabe über die Darstellung und Liebe ist Inszenierung.

Selfies

stellen eine besondere Art der Inszenierung dar, weil sie den externalisierten Blick von innen brauchen, der das Selbst durch den Blick in den Spiegel und das Selbst durch den Blick von dritten Anderen sieht (Jurgenson 2019, 55). Selfies sind mit Authentizität und Intimität verbunden und tragen durch die verschiedenen Perspektiven einen gewissen Reflexionsgrad in sich (ebd., 57). Die Blickbeziehung zu den Betrachtenden - damit auch die Machtausübung - wird hauptsächlich über das Montage- und Auswahlverfahren *Selfie* erzeugt, auf denen sich der Blick des Liebespaars aus dem Bild dokumentiert. Besonders an den Selfies ist zum einen der unverwechselbare Inszenierungscharakter der Bilder zu rekonstruieren, wobei die abbildende die abgebildete Person ist und damit die Darstellung selbst kontrolliert, modifiziert und steuert (Kramer 2016, 30). Zum anderen thematisiert das Selfie aufgrund seiner *Portalästhetik* das Verhältnis der Beobachtenden und Beobachteten (Müller 2018, 100). Im Auswahl- und Montageprinzip dieses Bildclusters (siehe Seite 104) dokumentiert sich eine Portalästhetik als personenbezogene Selbstdarstellung des Liebes-Selbst aus Fall 2. Diese Selbstdarstellung wird aufgrund der Eigenproduktion der Bilder des Liebespaares als unverwechselbare Inszenierung erzeugt, die zwar unter der Kontrolle des Liebespaares steht, jedoch aufgrund der Portalästhetik und der dyadischen Interaktionsstruktur zwischen Betrachtenden und Betrachteten als zwischen ihnen ausgehandelt gilt. In der Auswahl und Montage der Bilder dokumentiert sich eine Hinwendung zum Publikum und das Liebes-Selbst als durch dieses Verhältnis überhaupt erst konstruiert. Die Selbsterzählung erfolgt dynamisch zwischen Beobachtenden und Beobachteten, d.h. als Selbsterzählung von sich selbst über die Perspektive von dritten auf sich selbst (Jurgenson 2019, 55).

Aufgrund der Kontrolle der Bildproduktion (zugleich Regisseurinnen und Darstellerin des eigenen Liebes-Selbst) und der Kontrolle durch den Blick nach außen, wird eine Darstellung des Liebes-Selbst erzeugt, welche zwar eine Nähe und Intimität mit den Betrachtenden teilt und ihre eigene Geschichte durch die Außenperspektive der Betrachtenden erzählt, jedoch wird auch eine klare Distanz und Geschlossenheit zu der restlichen Umwelt (Betrachtende) geschaffen. Diese Distanz wird konstruiert, indem der Blick des Liebespaares auf der Darstellung fast ausschließlich den Betrachtenden zugewendet ist. Das Liebespaar lässt über diese Darstellungsweise die

Betrachtenden in der Interaktion zwar teilhaben, erzeugt jedoch zugleich eine Differenz zwischen Intimsystem und Umwelt. Semantische Sinngehalte als Teil der Liebessemantik sind: Liebe ist Blickbeziehung, Liebe ist Kontrolle über Darstellung, Liebe ist personenbezogene Selbstdarstellung, Liebe ist Geschlossenheit, Liebe ist Intimität, Liebe ist Zweisamkeit, Liebe ist Differenz und Abgrenzung, Liebe ist Einfachheit und Liebe ist Authentizität.

Zwischenfazit

Aufgrund des Kontrastes zwischen den drei Bildclustern zu den verschiedenen Blickbeziehungen, wird eine Blickbeziehung zu den Betrachtenden betont, innerhalb der das *Selfie* als dyadische Selbsterzählung den größten Teil der Liebessemantik dieses Intimsystems auszumachen scheint. Das Selfie ist die Darstellungsweise, die das Liebespaar überwiegend für die gesamte Fotoauswahl verwendet. Im Auswahl- und Montageprinzip dokumentiert sich ein Hin- und Herpendeln. Zum einen dokumentiert sich die Teilhabe der Betrachtenden als Interaktionspartner:innen, mit denen zusammen das Liebes-Selbst ausgehandelt und erzeugt wird und damit auch das Teilen von Intimität und Nähe (*Plattform-Logik*: personenbezogene Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit, Medium der Sozialkommunikation). Zum anderen dokumentiert sich die Geschlossenheit als Intimsystem gegenüber der Umwelt, die über den Blick aus dem Bild (Differenz von „Ich und Du“ oder „Hier und Dort“), aber z.B. auch über die Sonnenbrille (Distanz) und limitierte oder reduzierte personenbezogene Selbstdarstellung (Schutz) hergestellt wird (*Intimsystem-Logik*: Grenzziehung, Zweisamkeit). Das spiegelt sich auch in der Anzahl der Posts wider: Mit 333 Posts in knapp vier Jahren und damit durchschnittlich jeden vierten Tag ein neues Bild (~ sieben Bilder im Monat) ist das – verglichen mit Fall 1 (1951 in knapp 7 Jahren und ~ 23 Bilder im Monat) – nicht überdurchschnittlich oft und dennoch kontinuierlich. Jedoch wird der zeitliche Abstand zwischen den geposteten Bildern seit 2018 immer länger, das letzte Bild wurde am 12. Juni 2022 hochgeladen (Stand 30.08.22). Die Spezifik, die sich in der axialen Kategorie *Blickbeziehung (zu Betrachtenden)* akzentuiert, ist die Thematisierung des zugleich geschlossenen und offenen Verhältnisses von Betrachtenden, Betrachteten und der Plattform Instagram. Eine Offenheit für Interaktion wird erzeugt über die Plattform-Logik Instagram, die das Teilen personenbezogener Informationen und die Inszenierung eines (Liebes)Selbst voraussetzt. Eine Geschlossenheit für ein funktionsfähiges System wird erzeugt über die Intimsystem-Logik, die die Differenz zu anderen Systemen (Umwelt) durch selbstreferentielle Kommunikation voraussetzt und das Intimsystem als autonomes System erst ermöglicht (Baraldi, Corsi & Esposito 1997, 29f).

5.2.5 Fazit

In Bezug auf meine Forschungsfrage lässt sich feststellen, dass das Intimsystem aus Fall 1 sein digitales Liebes-Selbst überwiegend anhand der semantischen Sinneinheiten *Einfachheit* und

Authentizität inszeniert. Diese setzen sich sowohl inhaltlich als auch formal durch. Sie lassen sich durch die Darstellung von einfachen und nicht außergewöhnlichen oder exklusiven Aktivitäten, seltenen und wenig vielfältigen Hintergründen (gleiche Szene), gleichbleibenden Motiven (gleiche Bühne), konsistenten Posen und Stimmungen (gleiche Requisiten), aber auch durch die laienhafte Bildproduktion und Bildbearbeitung feststellen, die mit der Abbildung von geschlossener Zwei- und gemeinsamkeit (Selfies, abgeschnittene Bildausschnitte) einhergeht. Aber auch durch die Selbstthematisierung des Liebespaares zu ihrem Publikum (Blick). Was über die Fotoauswahl erzeugt wird, ist die Darstellung eines ‚Durchschnittspaares‘, das weder außergewöhnliches Gewand trägt noch außergewöhnliche Dinge tut. In den Vordergrund rückt das Liebespaar als gemeinsam geteiltes Kommunikationssystem, welches Sicherheit für die Einzelpersonen und Bestätigung ihrer geistigen und körperlichen Individualität (Dux 1994, 198) erlaubt. Die Ähnlichkeitsbeziehung der Bilder (Gesamtdarstellung des Accounts) erschließt sich nicht als Differenz gegenüber anderen Intimsystemen - als besonders gegenüber anderen Liebespaaren auf Instagram, wie Fall 1 - sondern als Differenz gegenüber der Umwelt als Intimsystem überhaupt. Dadurch wird das Liebespaar so dargestellt, wie es sich selbst sieht: lesbisch, vegan, abenteuerlich, einfach, glücklich. Auch der Instagram-Name *ourbestgayveganlife* verrät einiges davon.

Es zeigt sich, dass sich die Darstellung eines glücklichen Liebespaares durch (1) Schnappschüsse von Gemeinsamkeiten im Moment, (2) gefangen zwischen traditioneller und modernder Geschlechterordnung und tendenziell entromantisert konstituiert, die kaum der (3) visuellen Utopie durch kontrollierte Inszenierung entspricht, sondern einem spontanen Akt der authentischen Darstellung unter Vorbehalt privater Abstriche. Dass die Darstellung überwiegend positiv und glücklich ist, verweist zwar auf eine Idealisierung, die auf Social-Media zur Anwendung kommt, damit wird jedoch auch thematisiert, dass ein homosexuelles Liebespaar glücklich und zufrieden sein kann und ganz ‚normale‘ Dinge tut, wie andere auch. Es liebt ‚einfach‘ und die Liebe der Einzelpersonen zueinander liefert die Logik ihres Intimsystems aufgrund dessen es sich selbst produziert und reproduziert. Die Spannung zwischen traditionellen und neuen Aspekten von Liebe ergibt sich vor allem durch Abbildung eines homosexuellen Liebespaares und greift den Konflikt eigener Werte und Normen gegenüber gesellschaftlichen Normen und Werte (in Bezug auf romantische Liebe) auf. Auch die dargestellte Tendenz traditioneller Geschlechtsspezifität des homosexuellen Liebespaares hebt diesen Konflikt hervor. Zum einen wird damit verdeutlicht, dass Homosexualität so weit akzeptiert zu sein scheint, dass die Darstellung z.B. keine lebensbedrohenden Konsequenzen (in dem Umfeld, in dem sie leben) nach sich zieht. Zum anderen verweist die Geschlechtsspezifität innerhalb der gesamten Fotoauswahl jedoch auch auf die traditionelle und weit zurückliegende Annahme der Zweigeschlechtlichkeit, die lange Zeit der Norm entsprach. Aufgrund des gesellschaftlichen

Kontexts kann die Darstellung von Homosexualität deshalb auch mit etwas Politischem oder Aktivistischem assoziiert werden.

Die Bilder des gesamten Datenkorpus gleichen tendenziell Schnappschüssen anstatt arrangierten Bildern oder Manipulationen, bei denen die Fotos aufgrund offen erfundener Szenen und gestellten Posen erzeugt werden (Goffman 1981, 60-62). Sie wirken weniger inszeniert als authentisch. Laut Krämer und Lobinger erfüllt die Darstellung des Liebespaares aus Fall 2 alle Aspekte, die die *visuelle Authentizität* (2019, 101) umfasst: *Konsistenz* (stabile und längerfristige Selbstdarstellung), *Spontanität* (improvisiert wirkende visuelle Selbstdarstellung), *Amateurismus* (Realität ohne besonders ästhetische oder professionelle Ausdrucksweise) und *persönliche Details* (kuratierte Intimität und Selbst-Offenbarung) (Krämer & Lobinger 2019, 115ff). Die Darstellung von imperfekten Bildern (ebd., 113) verstärkt diesen Authentizitäts-Zuspruch.

Die visuelle Liebesemantik, die das Intimsystem dabei verwendet, ist:

- Liebe ist Einfachheit

- Liebe ist Authentizität

- Liebe ist Teilen von gemeinsamen Erfahrungen und Interessen

 - Liebe ist gemeinsam geteilte Liebe für Kulinarik

 - Liebe ist gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten

 - Liebe ist gemeinsam geteilte Liebe für Tiere

 - Liebe ist gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere

 - Liebe ist gemeinsam geteilte Lebenseinstellung

- Liebe ist Romantik

 - Liebe ist Beständigkeit der Liebe

 - Liebe ist Ausblenden der Umwelt

 - Liebe ist Kuss und sexuelle Intimität

 - Liebe ist ungleiches Schützen und Halten

- Liebe ist (Blick)beziehung zu Betrachtenden

 - Liebe ist Kontrolle über die Darstellung

 - Liebe ist personenbezogene Selbstdarstellung und Darstellung von Intimität

 - Liebe ist Differenz und Abgrenzung (Geschlossenheit)

Im Gegensatz zu den Tendenzen der traditionellen Geschlechterordnung, dem utopischen Glücksversprechen und einer grundsätzlichen Ästhetisierung von Liebe, wie es Hollywood darstellt, steht der Analyse aus Fall 1 *Einfachheit* und vor allem *Authentizität* gegenüber, die die Liebe auf Instagram ebenfalls konsumierbar macht. Dadurch wird auch Homosexualität auf Instagram konsumierbar gemacht. Denn aufgrund der genannten *Authentizitätsmarker* (Krämer & Lobinger 2019, 115), erhält das Liebespaar auf Instagram Zuspruch, weil es eben gerade nicht dem perfekten Hollywood-Bild entspricht bzw. entsprechen kann. Jedoch steht in der Inszenierung dieses Liebespaares durch den gemeinsamen Instagram-Account nicht die

Romantisierung der Waren oder *Verdinglichung der romantischen Liebe* als Voraussetzung einer glücklichen Liebesbeziehung (Illouz 2020, 53) im Vordergrund (Ökonomisierung der Liebeskultur), sondern eine Inszenierung, die reflexiv und identitätsstiftend ist und das Liebespaar als solches erkennen und konstruieren lässt (Psychologisierung der Liebeskultur). Es ist eine Inszenierung, die in einem Spannungsfeld zwischen den Anforderungen der App (Idealisierung) und den eigenen Werten und Ansprüchen (Authentizität) steht, um digital existieren zu können und sich als Liebespaar auf Instagram zu behaupten. Deshalb kann das Liebespaar bei Fall 2 auch nicht umhinkommen, ihre Liebe konsumierbar zu machen und sie für eine erfolgreiche Inszenierung aufzubereiten. Ich gehe bei der Darstellung dieses Liebes-Selbst deshalb von einer zugleich offenen (Logik der Plattform und Inszenierungscharakter) und geschlossen (Logik des Intimsystems und Authentizitätscharakter) Darstellung aus. Von einer Darstellung, deren Kern es nicht ist, allen Aspekten der Inszenierung eines ‚perfekten‘ Liebespaares zu entsprechen, sondern ihrem eigenen gemeinsam geteilten imperfekten Kommunikationssystem der Intimität.

5.3 Zusammenführung der Profile

In diesem letzten Abschnitt der Ergebnisdarstellung möchte ich Profile gegenüberstellen, die Analyse beider Fälle in ihrer Kontrastierung zueinander auf eine Typenbildung zuspitzen und sie anschließend diskutieren.

5.3.1 Darstellung der gefundenen Typen

Mit der Untersuchung der Profile *mariefeandjakesnow* (Fall 1) und *ourbestgayveganlife* (Fall 2) liegt mir ein größtmöglicher Kontrast vor, der sich nicht nur auf formale Aspekte der Profile, wie Anzahl der Follower und der sexuellen Orientierung des Liebespaares beschränkt, sondern auch in der Darstellungsweise - der Zusammenstellung der Fotos unterscheidet – und damit einer je eigenen und individuellen Liebes-Semantik ausdrückt.

Der Blickwinkel auf die Darstellungen bei Fall 1 kann als ein voyeuristischer und beobachtender definiert werden, der auf den Abgebildeten haftet. Die Bilder werden überwiegend von dritten Anderen erstellt. Als Montage- und Auswahlprinzip findet sich vor allem die Herstellung von Einzigartigkeit und Ästhetik. Die Aufbereitung der Bilder kann als Teilen äußere Aspekte *für* Betrachtenden beschrieben werden. Dies macht sich ebenfalls in der gesamten Fotoauswahl bemerkbar, die scheinbar²⁰ viel Einblick in das Privatleben zulässt. Sie macht das

²⁰ Mit *scheinbar* spiele ich auf das Verhältnis von privat und öffentlich an. Die Darstellungen bei Fall 1 umfassen sehr viele persönliche Details und Momente der Intimität, welche mit dem Publikum auf Instagram geteilt werden. Jedoch bleibt die Darstellung von Privatem in der Öffentlichkeit etwas Inszeniertes und kann damit nur Schein-Privatheit sein.

abgebildete Liebes-Selbst offen für Blicke von außen, dennoch bleiben Betrachtende in der beobachtenden Rolle und sind nicht Teil der Inszenierung, welche durch die professionelle Aufbereitung geplant und kontrolliert wirkt.

Im Gegensatz dazu werden die Bilder von Fall 2 überwiegend von den Abgebildeten selbst erstellt (Selfies). Der Blick des Liebespaares aus dem Bild erzeugt eine konstante Verbindung zu den Betrachtenden, die eine gewisse Kontrolle von den Abgebildeten über die Betrachtenden konstituiert. Der betrachtende Blick ist dadurch weniger beobachtend oder voyeuristisch. Als Montage- und Auswahlprinzip findet sich vor allem die Herstellung von Authentizität und die Konservierung von Momenten. Die Aufbereitung der Bilder kann als Teilen innere Aspekte *mit* den Betrachtenden beschrieben werden. Das, was hauptsächlich abgebildet wird, sind die Gemeinsamkeiten des Liebespaares (Kulinarik, Tiere, Natur und Freizeitaktivität). Aufgrund des Herausblickens aus den Bildern wirkt der Inszenierungscharakter zwar offener, anschlussfähiger und als durch die Interaktion auf Instagram ausgehandelt – das bedeutet die Betrachtenden werden Teil der Inszenierung, die durch die laienhafte Aufbereitung als spontan entstanden und authentisch wirkt. Jedoch wird durch die Blickbeziehung auch ein klares Verhältnis von „Ich und Du“ oder „Hier und Dort“ thematisiert. Auch der scheinbare Einblick in das Privatleben des Liebespaares ist weitaus geringer als bei Fall 1, sodass das Abbild des Liebes-Selbst geschlossener bleibt für Blicke. Insgesamt drückt sich dadurch eine Differenz zwischen dem Intimsystem als geschlossenes System gegenüber den Beobachtenden als Umwelt aus. Das Liebespaar aus Fall 2 gibt aufgrund der Fotoauswahl Einblick darin, dass es viel miteinander teilt, aber nicht so viel mit anderen.

Des Weiteren unterscheiden sich die Bilder von Fall 1 in Bezug auf die Ausprägung der visuellen Utopie romantischer Liebe. Es zeichnen sich traditionelle Werte und die romantische Steigerung viel deutlicher ab als bei Fall 2. Ich assoziiere die Darstellung bei Fall 1 insgesamt mit *Spontaneität, Glamour, Reichtum, Jugend und Glück* und leite daraus ab, dass sie daher das visuelle Konstrukt der *Romantik* bedienen. Die Darstellung bei Fall 2 assoziiere ich insgesamt mit *Solidarität, Stabilität und Dauerhaftigkeit*, die dem visuellen Konstrukt der *Liebe*²¹ folgen. Das zuerst genannte Profil weist eine Fotozusammenstellung auf, die durch die Schlüsselkategorien *Konsum* und *Ästhetik* überwiegend das ‚perfekte‘ Paar in Hollywood darstellt und gänzlich inszeniert wirkt. Zweitgenanntes weist eine Fotozusammenstellung auf, die durch die Schlüsselkategorien *Einfachheit* und *Authentizität* einer Darstellungsweise folgt, die sich schon durch das Abbilden der

²¹ Illouz bietet hierfür eine spannende Unterscheidung, die mir sinnvoll auf die beiden Profile anzuwenden scheint. Die Befragten in einer ihrer Untersuchungen verfügten über verschiedene visuelle Konstrukte in Bezug auf *Romantik* und *Liebe*, sodass die Bedeutung von *romantisch* nicht unbedingt mit *Liebe* zusammenfallen muss (Illouz 2020, 129f). Denn *Liebe* als dauerhaftes und intimes Band – assoziiert mit *Solidarität, Stabilität und Dauerhaftigkeit* (Illouz 2020, 129) – geht über die „ästhetisierte kulturelle Kategorie des Romantischen“ (Illouz 2020, 130), - assoziiert mit *Spontaneität, Glamour, Reichtum, Jugend und Glück* (Illouz 2020 129f) - hinaus.

Homosexualität von Sehgewohnheiten des romantischen Liebesideals absetzt und die Liebe zueinander und miteinander im Moment als eben nicht-perfekt, sondern authentisch konstituiert.

Instagram und die idealisierte Darstellung

Bei allen Differenzen zwischen Fall 1 und Fall 2 vereint beide eine Darstellung der *utopischen Dimension von Liebe*, welche die Postmoderne ausmacht (Illouz 2020, 122). Im Vordergrund steht ein visuelles Liebesideal, das gleichermaßen von gesellschaftlichen Werten und Vorstellungen, wie der romantischen Liebe, geprägt ist sowie von einem erfolgreichen digitalen Auftreten. Beide Profile erzeugen das Abbild eines glücklichen Liebespaares, welches die Alltäglichkeit der Freizeit lebt und erlebt, sie scheinen durchaus idealisiert (Döring 2003 283f). Beide machen sich darüber nicht nur im Sinne von Vannini konsumierbar als eine Art *Spektakel* (Vannini 2004, 171) – wie es beim öffentlich inszenierten Heiratsantrag der Fall ist – sondern die gesamte Liebesdarstellung erfährt eine Übersteigerung des Liebes-Selbst im Sinne von Goffmans Definition des Rituals (1981, 8). Die angebliche Ordnung der Existenz, die über diesen ikonographischen Ausdruck gewonnen wird, ist die einer visuell idealisierten Ordnung, die zum Zweck der Interaktionsteilnahme an die Plattform-Logik von Instagram angepasst wird. Ich spreche damit eine Marktförmigkeit an, die eine Nutzung von Social-Media-Plattformen mit sich bringt und User:innen dazu anhält, ihre geteilten Inhalte, beispielsweise ihre romantische Liebe, so zu vermarkten, dass dies ihr Publikum anspricht: Sie müssen die beschränkten, visuellen Mittel nutzen, um ihre Liebesgeschichte zu erzählen (Vgl. Goffman 1981, 116). Wenn ich die bisherigen Ergebnisse zusammennehme, würde ich bei Fall 1 (*mariefeandjakesnow*) von einer *visuellen Idealisierung der Romantik* sprechen und bei Fall 2 (*ourbestgayveganlife*) von einer *visuellen Idealisierung der Liebe*.

Eine weitere idealtypische Darstellung ist die von Liebenden in der Natur. Die Vereinigung von Natur und Liebe, wie sie Illouz in der Werbung als Narrativ gefunden hat, lässt sich auch in meiner Analyse wiederfinden: Die Darstellung von Liebe, ob anhand von Exklusivität und Einmaligkeit (Fall 1) oder Gemeinsamkeit und Alltäglichkeit (Fall 2), wird jeweils über den Bezug zur Natur und einer Aktivität hergestellt, die draußen stattfindet. Diese Vereinigung von Natur und Liebe – wie sie Illouz beschreibt – erlaubt es, die Utopie von *Einfachheit, Authentizität und Intimität* mit der Utopie der *Freizeit, Loslösung aus der Hierarchie des Arbeitsplatzes* und damit auch der *Befreiung geschlechterspezifischer Ungleichheit* zu verbinden (2020, 121f). Dadurch, dass die Darstellungsweisen gleichermaßen von Naturabbildungen durchdrungen sind, werden bei beiden im Auge des/der Betrachter:in Assoziationen mit Einfachheit und Authentizität erzeugt.

Die Aneignung der Natur und das Erleben von Freizeitaktivitäten kann jedoch nicht ohne die Thematisierung von Konsum auskommen. Denn längst hat sich die Natur zu einem knappen Gut entwickelt und dadurch auch eine ökonomische Wertsteigerung erhalten (Illouz 2020, 125).

Das, was mit der Darstellung einer naturkonsumierenden Liebe verbunden wird, ist eine elitäre Bestätigung dieses Liebes-Selbst, welches sich durch den Besitz und die Nutzung des knappen Guts *Natur* auszeichnet (Vgl. Illouz 2020, 125). Wer um die Welt fliegen kann, um sich entfernte Orte und exotische Inseln anzuschauen oder/und um sich als Liebespaar für den Content eines Instagram-Accounts ablichten zu lassen, muss sehr wohlhabend sein bzw. ausreichend dafür entlohnt werden. Dieser Idealtyp der romantischen Liebe, welcher vor allem in Fall 1 über die außergewöhnlichen Landschaften und Orte konstruiert wird, kann also durchaus mit ökonomischem Kapital assoziiert werden, welches Voraussetzung dieser Darstellungen ist. Die Verbindung von Natur und Liebe auf den Darstellungen soll zwar *Einfachheit* und *Authentizität* erzeugen (Illouz 2020, 125), jedoch erscheint dies als kläglicher Versuch, *Konsum* und *Prestige* zu vertuschen. Die Darstellungen bei Fall 2 sind viel weniger raumeinnehmend und naturkonsumierend, sodass insgesamt ein weniger idealtypisches Bild romantischer Liebe entsteht, dafür jedoch das durch die Verbindung von Natur und Liebe angestrebte Liebes-Selbst, welches authentisch, intim und einfach ist. Dennoch sind beide der Macht der romantischen Utopie (Illouz 2020, 126) unterstellt, welche vorantreibt, „die Werte des Spätkapitalismus zu bestätigen und sie gleichzeitig in Symbole ursprünglicher Einfachheit und reiner Emotionalität umzuwandeln“ (Illouz 2020, 126).

Die Typenbildung

Die Darstellungsweisen der beiden digitalen Liebes-Selbst auf Instagram sind somit zweifach konsumlogisch strukturiert: Zum einen verfolgt ein Instagram-Account mit der Zusammenstellung der Bilder einen Unterschied zwischen all den anderen Fotozusammenstellungen (andere Accounts auf Instagram) zu machen (Vgl. *brand*, Vitelar 2018, 260). Sie erfolgt überwiegend idealisiert, um die Liebesdarstellung dadurch anschlussfähig, also konsumierbar zu machen und ist der Versuch, sich durch Eindruckskontrolle von anderen abzuheben. Zum anderen ist die überwiegende Verbindung von Liebe mit Natur und Freizeit der Konsumlogik verschuldet, die das idealtypische romantische Liebespaar überhaupt erst hervorbringt und seine ursprüngliche Einfachheit und reine Emotionalität (Illouz 2020, 126) gestattet. Beide Darstellungen der Profile sind dieser zweifachen Konsumlogik unterlegen. Jedoch unterscheiden sie sich in der Ausprägung und Verfolgung dieses Idealtypus'. Die Darstellung bei Fall 1 lässt sich damit auf den Typ *inszenierte Romantik* zuspitzen und die Darstellung bei Fall 2 auf den Typ *authentische Liebe*. Beide sind im Kontext *Instagram* als visuelle Idealisierung zu betrachten (*visuelle Idealisierung inszenierter Romantik* und *visuelle Idealisierung authentischer Liebe*).

Für einen Überblick der Typen *inszenierte Romantik* und *authentische Liebe* steht im Folgenden eine Tabelle zur Verfügung, welche die Unterschiede im Vergleich abbildet und die markanten Merkmale der jeweiligen Typen auf einen Blick ermöglicht:

<i>Mariefeandjakesnow – inszenierte Romantik</i>	<i>Ourbestgayveganlife – authentische Liebe</i>
Inszenierte Darstellung	Authentische Darstellung
Idealtypus der romantischen Liebe	Idealisierter Typus einer (spezifischen) Liebe
traditioneller	moderner
Starke Geschlechtsspezifik	Leichte Geschlechtsspezifik
Exklusivität als durchdringendes Motiv	Gemeinsamkeiten als durchdringendes Motiv
Kommodifizierung der Liebe	Glorifizierung der Liebe
Schlüsselkategorien: Konsum und Ästhetik	Schlüsselkategorien: Einfachheit und Authentizität
Bildproduktion durch dritte Andere	Bildproduktion durch das abgebildete Selbst
Professionelle Bildaufbereitung	Laienhafte Bildaufbereitung
Das Liebes-Selbst wird für Betrachtende hergestellt	Das Liebes-Selbst wird mit Betrachtenden dynamisch hergestellt
Voyeuristischer Blick von Betrachtenden wird gestattet	Voyeuristischer Blick von Betrachtenden wird durch den Blick aus dem Bild nicht gestattet
Visuelle Idealisierung der Romantik	Visuelle Idealisierung der Liebe
1,1 Millionen Follower	1.459 Follower
Heterosexuelles Liebespaar	Homosexuelle Liebespaar

5.3.2 Diskussion zu den gefundenen Typen

Meine empirische Forschung wurde von der Frage angeleitet, wie ein Intimsystem sein digitales Liebes-Selbst über einen gemeinsamen Instagram-Account inszeniert und welche Liebessemantik es dabei verwendet. Mit der Bildclusteranalyse nach Michael R. Müller (2016) konnte ich der Gesamtheit der Fotoauswahl als Gesamtheit der Darstellung (in Bezug auf Bilder) eines Intimsystems auf Instagram gerecht werden und ein jeweiliges Liebes-Selbst herausarbeiten. Die Typen, die sich aus der Analyse für diese beiden Liebes-Selbst ergeben, sind die *inszenierte Romantik* (Fall 1) und die *authentische Liebe* (Fall 2). Aufgrund des Kontexts *Instagram* und der daraus folgenden Ich-Überhöhung, liegen beide Typen in idealisierter Form vor. Die Schlüsselkategorien, die die semantischen Sinngehalte der Bilder (visuelle Liebessemantik) überwiegend bestimmen, sind für die *inszenierte Romantik* die Kategorien *Konsum* und *Ästhetik* und für die *authentische Liebe* die Kategorien *Einfachheit* und *Authentizität*. Das romantische Liebesideal als visuelle Utopie und der Konsum als marktlogische Konsequenz für eine Darstellung auf Instagram spielen für beide

eine Rolle, auch die Geschlechtsspezifik und das traditionelle Machtverhältnis von Mann und Frau oder die Blickbeziehung zu den Betrachtenden, die mit Kontrolle über die Betrachtenden zu tun hat werden als Themen in der Darstellung akzentuiert. Die Bildproduktion der *inszenierten Romantik* wird fast ausschließlich durch dritte Andere kontrolliert und ist überwiegend professionell. Im Gegensatz dazu wird die Bildproduktion der *authentischen Liebe* fast ausschließlich von den Abgebildeten selbst kontrolliert (Selfies) und ist überwiegend laienhaft.

Es zeigt sich, dass das heterosexuelle Liebespaar im Vergleich dieser beiden Fälle mehr Erfolg (1,1 Millionen Follower) auf Instagram hat und die semantischen Sinngehalte überwiegend der romantischen Liebessemantik folgen. Das heterosexuelle Liebespaar macht von einem traditionellen Darstellungs-Repertoire Gebrauch, welches eine Geschlechtsspezifik aufweist und die als männlich gelesene Person in einem über die als weiblich gelesene Person stellt. Aufgrund dieser Darstellungsweise wird nicht nur dieses spezifische Machtverhältnis produziert, sondern es reproduziert damit auch medial Werte, die die aktuelle Gesellschaftsstruktur dominieren. Aufgrund des ‚Erfolgs‘, welcher anhand der vielen Follower bemessen werden kann, können diese Werte im Interaktionsraum Instagram nicht nur als durch andere wahrgenommen, sondern auch als sozial anerkannt betrachtet werden. Das homosexuelle Liebespaar scheint mit seiner Darstellung nicht ebenso viel ‚Erfolg‘ zu haben. Durch die geringere Anzahl an Follower ist eine Deutungsweise, dass die Darstellung modernerer Formen der Beziehung, wie die von Homosexualität, aber auch jene, die weniger romantisch, aufregend, herausstechend und konsumierend sind, keine gleichermaßen große Anerkennung auf Instagram erfahren. Die visuelle Utopie der romantischen Liebe scheint sich durchaus als Ware für die Entverbraucher:innen auf Instagram durchzusetzen und verdeutlicht den Prozess der Romantisierung der Waren. Darin liegt auch der wesentliche Unterschied der Profile: Die Darstellung des einen Liebes-Selbst basiert auf der Vermarktung einer Marke – *MaJa* – die Darstellung des anderen Liebes-Selbst basiert auf der Erforschung und Identitätsarbeit eines Intimsystems – Debe und Guinevere. Jedoch sind 1.459 Follower für ‚Privatpersonen‘ auf Instagram nicht wenig und spricht durchaus für eine grundsätzliche Anerkennung der Follower von der Darstellung dieser homosexuellen Liebe auf Instagram.

Im Vergleich beider Fälle lässt sich ein zugleich *romantisch gesteigertes* und *entromantisierendes* Liebesleitbild (Lenz 2009, 293) auf Instagram feststellen. Zur Herstellung dieser ambivalenten Bilder werden Fotoauswahlen präsentiert, die auf der einen Seite traditionellere und auf der anderen Seite modernere Werte aufweisen. Die Darstellung des homosexuellen Liebespaars und der daraus entspringenden Geschlechtsspezifik, welche eine als männlich gelesene Person mit kurzen Haaren abbildet, eine als weiblich gelesene Person mit langen Haaren und diese stereotyp gerecht in ein angedeutetes Machtverhältnis setzt, spricht für diese Ambivalenz, aber auch für die Ausbreitung neuer Gehalte des Liebescodes. Auch homosexuelle Liebespaare scheinen demnach

mit der Ambivalenz von neuen und alten Werten konfrontiert zu sein. Wie es aussieht, stehen in der Darstellung der beiden Liebes-Selbst auf Instagram neue und alte oder moderne und traditionelle Werte und Themen nebeneinander und es werden ebenfalls neue und alte oder moderne und traditionelle, visuelle Liebessemantiken verwendet. Aus der unterschiedlichen Anzahl der Follower kann als Arbeitshypothese formuliert werden, dass das traditionelle und romantisch gesteigerte Liebesleitbild (derzeit noch) größere Anerkennung genießt.

6. Schlussbetrachtung

Das abschließende Kapitel möchte ich schließlich weiterführenden Gedanken widmen, welche die Ergebnisse, aber auch die Literatur und Methode betreffen, die ich für diese Arbeit verwendet habe.

6.1 Perspektive der Forschung

Mit dem Konzept der *romantischen Liebe* beziehe ich mich in meiner Forschung überwiegend auf ein westliches Konzept, das „in der alten Welt Europas erfunden“ und „in der neuen Welt Amerikas perfektioniert und mediatisiert“ wurde (Burkart 2018, 366). Die Verbreitung der romantischen Liebe selbst kann als eine durch Globalisierungsprozesse verursachte Verwestlichung interpretiert werden (ebd., 367). Es steht außer Frage, dass die Aneignung der romantischen Liebe in einem außerwestlichen Land von der jeweiligen Kultur beeinflusst ist - Hollywood in Amerika wird zu Bollywood in Indien (ebd., 368) und in China setzt sich beispielsweise die romantische Liebe etwa 100 Jahre später als in Europa in einer hybriden Form durch (ebd., 367) - und damit können ebenfalls nicht-westliche Werte relevant werden (ebd., 368). Dennoch ist zu beachten, dass die romantische Liebe sich innerhalb moderner bzw. ausdifferenzierter Gesellschaften entwickelt (ebd., 367) und als solche auch in diesen analysiert wird. Hinsichtlich meines Forschungsinteresses baut sowohl der aktuelle Forschungsstand auf diesem westlichen Blick auf (Ungarn²², USA²³, Australien/Vereinigtes Königreich²⁴, Kanada²⁵, Hawaii²⁶, USA/Russland²⁷, Deutschland²⁸) als auch die darauf bezogene Theorie (USA/Shetland-

²² Fejes-Vékassy et al. 2020

²³ Emery et al. 2014; Sharabi & Hobkins 2021; Krueger & Forest 2020; Fox et al. 2021; Bouffard et al. 2021; Emery et al. 2015; Korchmaros et al. 2015

²⁴ Robarts & Lincoln 2016

²⁵ Hughes et al. 2021

²⁶ Baker & Carrenõ 2015

²⁷ Mangione 2014

²⁸ Maiwald 2019

Inseln²⁹, USA³⁰, Deutschland/Frankreich/England³¹). Ich bin demnach der Erforschung von romantischer Liebe in jenen gesellschaftlichen Kontexten nachgegangen, die überwiegend in Europa oder Nordamerika angesiedelt sind und ähnlichen Veränderungen der Industrialisierung, Modernisierung und Technisierung unterliegen. Sie weisen deshalb auch ähnliche, gesellschaftliche Strukturen auf. Dennoch folgt für mich daraus nicht, dass die Ergebnisse grundsätzlich auf all diese Regionen übertragbar sind, sondern die Fallanalysen zunächst nur für sich stehen. Die Perspektive auf meine Forschung und meine Erkenntnisse, die ich daraus schließen kann, sind von dem Wissen geprägt, das ich mir vorwiegend durch Literatur angeeignet habe, die sich auf den westlichen Blick der Liebe in der Moderne (romantisches Liebesideal) fokussiert.

6.2 Feldeinstieg und Methodenanwendung

Im Nachhinein habe ich in Bezug auf die Anwendung der Methode festgestellt, dass ich die Bildclusteranalyse zwar kannte und mir andere Bildanalysen bereits vertraut waren, ich die Methode jedoch erst nach mehrfacher Analyse und der Methoden-Verschriftlichung für diese Forschungsarbeit wirklich anzuwenden gelernt habe. Auch die Anwendung des interpretierenden Sinns dieser Methode im Sehen von Mustern erschloss sich mir erst in der Ausführung. Mich dabei nur auf das vergleichende Sehen zu beschränken und nicht den Inhalt der Bilder zu interpretieren, ist mir anfangs schwergefallen. Was es bedeutet, nicht die Einzelbilder und ihre abgezeichnete Wirklichkeit zu sehen, sondern das, was das Bild aufgrund seiner ikonischen Ähnlichkeits- und medialen Nachbarschaftsbeziehung abzeichnet, wurde mir beispielsweise bewusst, als ich das Bildcluster *sexuelle Intimität* sowohl für Fall 1 als auch für Fall 2 nutzen wollte, jedoch zurückhaltend reagierte, weil sie im Kontext der anderen Bildern etwas ganz anderes bedeuten. Das war meine Erkenntnis, die ich zum vergleichenden Sehen hatte. Denn der Kuss, der bei Fall 2 das einzige Bild sexueller Intimität darstellt, wäre als solches allein kein Zeichen sexueller Intimität, wie sie Fall 1 aufweist. Dadurch, dass die restliche Fotoauswahl bei Fall 2 jedoch aus keinen weiteren Darstellungen in dieser Richtung besteht, stellt es im Vergleich zu den anderen Bildclustern *sexuelle Intimität* dar. Ich denke, dass sich eine Methode – vergleichbar dem Lernen eines Musikinstruments - relativ schnell anwenden lässt und dann relativ lange braucht, es wirklich zu beherrschen. Ich gehe deshalb davon aus, dass die nächsten Bildcluster, die ich mit dieser Methode analysieren werde, einfacher, geübter und mit einem geschulteren Sehen verlaufen werden.

²⁹ Goffman 1981; 2011

³⁰ Illouz 2006; 2012; 2020

³¹ Luhmann 1998; 2008

Des Weiteren habe ich festgestellt, dass meine Chancen auf eine Antwort von potentiellen Forschungsteilnehmer:innen wahrscheinlich höher gewesen wäre, wenn ich von meinem privaten Account auf Instagram geschrieben hätte. Dadurch, dass ich mit dem angelegten Profil niemandem folge und mir auch niemand folgt (Stand 01.08.2022), habe ich wohl nicht besonders vertrauenswürdig gewirkt bzw. wie ein Fake-Account. Auf einer Internet-Seite, bei der privater und öffentlicher Raum verschmilzt, scheint es demnach wichtig zu sein, ein Profil durch irgendwelche Aspekte (wie Follower, Posts, Kommentare oder Likes) einordnen und als eine gewisse Person validieren zu können. Das ist jedenfalls meine Vermutung. Bei einer Forschung, bei der ich die Intimität eines Liebespaares analysiere, wäre es deshalb möglicherweise für die Beforschten wichtig gewesen, auch ein wenig Intimität bzw. persönliche Details von mir preiszugeben.

6.3 Gehalt der Ergebnisse

Die Profile sind in vielerlei Hinsicht unterschiedlich, daher ist es z.B. nicht möglich, herauszufinden, welchen Einfluss die sexuelle Orientierung eines Liebespaares auf die Darstellungsweise hat. Es bleibt dadurch offen, ob die Darstellung der Nacktheit und sexuellen Intimität bzw. der Körper überhaupt bei einem Liebespaar in solch reduzierter Weise stattfindet und das Erotische weitestgehend außen vorlässt (Fall 2), weil es homosexuell ist, ob dieser Aspekt eventuell eine untergeordnete Rolle für die Darstellung spielt oder ob damit gezeigt werden soll, dass es in einer Liebesbeziehung unerheblich ist, welcher sexuellen Orientierung sich jemand zugehörig fühlt. Ebenso bleibt offen, ob eine viel weniger raumeinnehmende (natureinnehmende) und nicht anderen aufzwingende Darstellungsweise, wie bei Fall 2 auf die Homosexualität des Liebespaares zurückzuführen ist, weil dieses beispielsweise in der Gesellschaft noch immer eine Minderheit darstellt und das Liebespaar anderen nicht aufzeigen möchte, ‚wie richtige Liebe auszusehen hat‘, sondern der ganzen Welt (auf Social-Media) nur mitteilen, wie glücklich es ist und dass homosexuelle Liebe ‚ganz normale Liebe‘ ist.

Diese Gedanken bleiben Hypothesen, weil ich jeweils ein homosexuelles Paar und ein heterosexuelles Paar analysiert habe. Diese Annahmen könnten sich jedoch mit quantitativer Forschung, wie Fragebögen, verifizieren oder falsifizieren lassen. In diesem Sinne wären die Ergebnisse dieser Arbeit für quantitative Forschung anschlussfähig. Ebenfalls schwer bleibt es, z.B. Aussagen darüber zu machen, wie sich das Verhältnis von der Anzahl der Follower zur Professionalität verhält, wie ich es zuvor im Kapitel zum Feldeinstieg erläutert habe. Um diese offenen Fragen zu beantworten und die Darstellung von Liebespaaren auf Instagram fallübergreifend und umfangreicher zu erschließen, wäre es beispielsweise sinnvoll, den Account eines heterosexuellen Liebespaares zu untersuchen, welches wenige(r) Follower aufweist und den

Account eines homosexuellen mit mehr Follower. Weitere Unterscheidungen könnten zwischen gleichgeschlechtlicher Liebe zwischen Männern und Frauen sein und wie sich das in der Fotoauswahl und Darstellungsweise ausdrückt. Auch die Darstellung eines Liebes-Selbst anderer Beziehungsformen wären interessant zu untersuchen, wie z.B. die von Liebesbeziehungen, die von mehr als zwei Personen geführt werden oder Personen, die sich weder als Frau noch als Mann zugehörig fühlen. Dabei ist jedoch zu erwähnen, dass ich keine dieser ‚normabweichenden‘ Beziehungsformen auf Instagram gefunden habe und sie entweder keine Präsenz auf der Social-Media-Plattform haben oder ich sie in meinem (Instagram)Umkreis nicht erreichen konnte.

Weitere Unterscheidungsmerkmale neben der sexuellen Orientierung und Beziehungsform, die zu einem breiteren Verständnis der Darstellung eines Liebes-Selbst auf Instagram und zu weiteren Typenbildungen führen würden, sind Alter, ethnische Herkunft oder soziale Schicht. Da ich jedoch fallspezifisch gearbeitet habe, bleiben die zwei Profile Momentaufnahmen von der Darstellung eines Liebes-Selbst auf Instagram, die nur jeweils für sich stehen und keine Aussagen über die Verbreitung oder das Vorkommen der beiden Typen auf Instagram zulassen. Die spezifische Gültigkeit erlangen die jeweiligen Ergebnisse durch die Nachvollziehbarkeit der Vorgehensweise und die wissenschaftliche Fundierung durch den Gebrauch des systematischen Vergleichs, welcher der Figurativen Hermeneutik (siehe Kapitel 3.2) zugrunde liegt.

6.4 Berücksichtigung von Instagram als Kontext

Mit der laufenden Veränderung technischer Möglichkeiten und Aufbereitung immer komplexeren Darstellungsweisen auf Instagram, wie *Stories*, die nach 24 Stunden wieder verschwinden, *Highlights*, die von User:innen im Profil dauerhaft festgehalten werden können, aber auch der Zunahme von *Reels* und *Mehrfachbildern*, stellt sich außerdem die Frage, wie mit dem Material, das online zugänglich ist, methodisch umgegangen wird. Denn die Bildclusteranalyse ist ausschließlich auf nicht-bewegte Bilder anzuwenden, aufgrund dessen ich z.B. bei Fall 1 einige Posts mit bewegten Bildern, auf denen das Liebespaar gemeinsam abgebildet ist, ausschließen musste. Das kann wiederum die Auswertung verzerren und geht daran vorbei, die Gesamtheit der Bilder eines Profils im Sinne einer Gesamtheit der Darstellung eines Liebes-Selbst zu erfassen bzw. auch Facetten und Nuancen dieser Darstellung zu begreifen. So bleibt jedenfalls ungeklärt, ob dieses Material die Ergebnisse spiegelt oder doch nur Facette und Nuance bleibt. Die Ergänzung durch die *dokumentarische Methode* (Bohnsack 2011) könnte sich an dieser Stelle beispielsweise anbieten. Ebenfalls könnte die Ergänzung durch Interviews sinnvoll sein, weil auch diese die Gesamtheit der Darstellung auf Instagram in Bezug auf das Liebes-Selbst und die Liebessemantik umfangreicher erfassen und Fremdwahrnehmung mit Eigenwahrnehmung

verbinden würde. Beides wäre jedoch auch aufwendiger, weil es die Aneignungen mehrerer Methoden und die Ausführung mehrerer Analyseschritte verlangt.

6.5 Ausblick

Mit der Bildclusteranalyse ist es möglich, die spezifische Darstellungsweise eines Intimsystems, die visuellen, semantischen Sinneinheiten und teilweise den Rückgriff auf gesellschaftliche Darstellungs-Repertoires (gesellschaftliche Normen und Werte inbegriffen) über bereits vorhandenes und sozial verdichtetes Bildmaterial auf Instagram empirisch zu erschließen. Das digitale Liebes-Selbst der beiden untersuchten Intimsysteme ist zwischen traditionelleren und moderneren Vorstellungen von Romantik und Liebe einzuordnen. Gesellschaftlich stellen sie vermutlich noch keine extremen Pole dar und sicherlich finden sich diese Vorstellungen im Durchschnitt unserer Gesellschaft wieder - was es durch entsprechende qualitative und quantitative Forschung zu vertiefen gilt.

Liebespaare produzieren und reproduzieren (Ideal)-Vorstellungen durch die Darstellungsform nach außen in die Öffentlichkeit. Instagram als erweiterter Interaktionsraum ermöglicht nun auch eine digitale Darstellungsform. Indem ein Intimsystem sein Liebes-Selbst digital konstituiert, bestätigt und reproduziert es dahinterliegende Werte und Idealvorstellungen von Liebe. Diese werden auf Instagram zugleich produziert und konsumiert. In meiner Untersuchung konstituiert ein Intimsystem sein digitales Liebes-Selbst durch die Fotoauswahl auf Instagram zum einen als inszenierte Romantik und zum anderen als authentische Liebe. Die visuelle Liebessemantik, die es dabei nutzt, ist für die inszenierte Romantik überwiegend die romantische Liebessemantik, die den Idealtypus der Romantik vor allem über konsum- und ästhetikorientierte semantische Sinngehalte erzeugt. Für die authentische Liebe ist es die identitätsstiftende (psychologisierte) Liebessemantik, die das Intimsystem nutzt, und vor allem über einfachheits- und authentizitätsorientierte semantische Sinngehalte einen idealisierten Typus der Liebe erzeugt. Obwohl digitale Plattformen Vielfalt und Diversität ermöglichen, in der sich die Gesamtbreite der User:innen abbilden kann, tragen diese Darstellungen aufgrund der digitalen Sichtbarkeit und sozialen Anerkennung vermutlich bei den User:innen zur Verfestigung dieser Vorstellungen bei. Im Zuge dessen auch zur Verfestigung dieser Liebesideale, sprich zur Verfestigung zugleich romantisch gesteigerter (traditionellere) und entromantisierter (modernere) Liebesideale. Die Reproduktion und Weiterentwicklung von heteronormativen Geschlechtervorstellungen sowie von traditionellen und romantischen Vorstellungen und Idealen der Liebe bleiben ambivalent und stellen ein spannendes zukünftiges Forschungsfeld dar.

7. Literatur

- Autenrieth, Ulla P. 2019. Bilder in medial vermittelter Alltagskommunikation. In: Lobinger, Katharina (Hg): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Verlag, 249-268.
- ARTEde. 2022. Instagram Doku. <https://www.youtube.com/watch?v=KS95I5LmvCw> (Zugegriffen: 09.09.2022).
- Baker, Charlene K., & Carreño, Patricia K. 2016. Understanding the role of technology in adolescent dating and dating violence. *Journal of child and family studies*, 25(1), 308-320.
- Baraldi, Claudio, Corsi, Giancarlo & Esposito, Elena. 1997. *Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Bauman, Zygmunt, & Kreissl, Reinhard. 2003. *Flüchtige Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth. 1990. *Das ganz normale Chaos der Liebe*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Belting, Hans. 2007. Blickwechsel mit Bildern: Die Bildfrage als Körperfrage. In *Bilderfragen*. München: Wilhelm Fink Verlag, 49-75.
- Bernhardt, Petra. 2016. *Politisches Visibility Management: Instagram als Kern-Kompetenz*. Blog-eintrag. <https://petravernhardt.net/2016/06/03/politisches-visibility-management-instagram-als-kern-kompetenz/> (Zugegriffen: 28.08.2022).
- BITKOM. 2009. *1,3 Millionen Deutsche haben ihren Lebensgefährten im Internet gefunden*. https://www.business-on.de/hamburg/13-millionen-deutsche-haben-ihren-lebensgefuehrten-im-internet-gefunden_id15856.html/amp (Zugegriffen: 28.08.2022).
- Bohnsack, Ralf. 2011. *Qualitative Bild- und Videointerpretation: die dokumentarische Methode*. 2., durchgesehene und aktualisierte Auflage. Opladen: Verlag Barbara Budrich.
- Bouffard, Skye, Giglio, Deanna, & Zheng, Zane. 2021. Social media and romantic relationship: Excessive social media use leads to relationship conflicts, negative outcomes, and addiction via mediated pathways. *Social Science Computer Review*, 1-19.
- Bullingham, Liam & Vasconcelos, Ana C. 2013. The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), 101-112.
- Burkart, Günter. 2018. *Soziologie der Paarbeziehung*. Wiesbaden: Springer Verlag.
- Breckner, Roswitha. 2012. Bildwahrnehmung – Bildinterpretation. Segmentanalyse als methodischer Zugang zur Erschließung bildlichen Sinns. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 37 (2), 143-164.

- Breckner, Roswitha. 2013. Bild und Biographie. Ein Kaleidoskop von Selbstbildern. In: Heinze, Carsten; Hornung, Alfred (Hg): *Medialisierungsformen des (Auto-) Biographischen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 159-180.
- Breunig, C., Puffer, H., Rühle, A., & Woldt, R. 2019. In: Krupp, M. (Hg): *Media Perspektiven Basisdaten – Daten zur Mediensituation in Deutschland 2018*. Frankfurt am Main: Arbeitsgemeinschaft der ARD-Webgesellschaften.
- Bohnsack, Ralf. 2011. *Qualitative Bild-und Videointerpretation: die dokumentarische Methode*. Opladen: Verlag Barbara Budrich.
- Degele, Nina & Winker, Gabriele. 2011. Intersektionalität als Beitrag zu einer gesellschaftstheoretisch informierten Ungleichheitsforschung. *Berliner Journal für Soziologie*, 21(1), 69-90.
- Durkheim, Emile. 1926. *The Elementary Forms of the Religious Life*. London: Allen & Unwin.
- Durkheim, Emile. 1984 (1937). *Die Regeln der soziologischen Methode*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Dux, Günter. 1994. *Geschlecht und Gesellschaft: Warum wir lieben*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Dröge, Kai, & Voirol, Olivier. 2013. Prosumer der Gefühle. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 38(2), 185-202.
- Döring, Nicola. 2003. *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. 2. Auflage. Göttingen: Hogrefe, Verlag für Psychologie.
- Emery, Lydia F., Muise, Amy, Dix, Emily L., & Le, Benjamin. 2014. Can you tell that I'm in a relationship? Attachment and relationship visibility on Facebook. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(11), 1466-1479.
- Emery, Lydia F., Muise, Amy, Alpert, Elizabeth, & Le, Benjamin. 2015. Do we look happy? Perceptions of romantic relationship quality on Facebook. *Personal Relationships*, 22(1), 1-7.
- Fejes-Vékássy, Lili, Ujhelyi, A., & Faragó, L. 2020. From# RelationshipGoals to# Heartbreak–We use Instagram differently in various romantic relationship statuses. *Current Psychology*, 1-13.
- Filimonov, Kirill, Russmann, Uta, & Svensson, Jakob. 2016. Picturing the party: Instagram and party campaigning in the 2014 Swedish elections. *Social Media + Society*, 2(3), 1–11.
- Flandrin, Jean-Louis. 1986. Das Geschlechtsleben der Eheleute in der alten Gesellschaft. In: Ariès, Philippe (Hg) : *Die Masken des Begehrens und die Metamorphosen der Sinnlichkeit*. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuchverlag, 147-164.

- Fox, Jesse, Frampton, Jessica R., Jones, Elizabeth, & Lookadoo, Kathryn. 2021. Romantic relationship dissolution on social networking sites: Self-Presentation and public accounts of breakups on Facebook. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(12), 3732-3751.
- Fried, Erich. 1983. *Es ist was es ist. Liebesgedichte, Angstgedichte, Zorngedichte*. Berlin: Wagenbach.
- Gunkel, Katja. 2018. *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Goodcase, Eric T. 2019. *Every picture tells a story: A directive content analysis of the investment model on Instagram posts for new romantic relationships*. Doctoral dissertation. Kansas State University.
- Goode, William J. 1959, The theoretical importance of love. *American Sociological Review*, 16, 37-48.
- Goffman, Erving. 1981 (1976). *Geschlecht und Werbung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Goffman, Erving. 2001 (1994). Die Interaktionsordnung. In: Goffman, Erving; Hubert, Knoblauch (Hg): *Interaktion und Geschlecht*. Frankfurt am Main: Campus, 50-104.
- Goffman, Erving. 2011 (1959). *Wir alle spielen Theater: Die Selbstdarstellung im Alltag*. 9. Auflage, München: Piper.
- Gómez Cruz, Edgar & Meyer, Eric T. 2012. Creation and control in the photographic process: iPhones and the emerging fifth moment of photography. *Photographies*, 5(2), 203-221.
- Hepp, Andreas; Hjarvard, Stig & Lundby, Knut. 2015. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, culture & society*, 37(2), 314-324.
- Hirsland, Andreas & Leuze, Kathrin. 2010. Jenseits der traditionellen Paarbeziehung?. In: Berger, Peter A.; Hitzler, Roland (Hg): *Individualisierungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 191-209.
- Hirschauer, Stefan. 2014. Intersituativität. Teleinteraktionen und Koaktivitäten jenseits von Mikro und Makro. *Zeitschrift für Soziologie. Sonderheft: Interaktion, Organisation und Gesellschaft*, 109-133.
- Hub, Berthold. 2010. Perspektive, Symbol und symbolische Form. Zum Verhältnis Cassirer-Panofsky. *Estetika: The European Journal of Aesthetics*, 47(2), 144-171.
- Hughes, Shelby; Champion, Amanda; Brown, Kailie, & Pedersen, Cory L. 2021. # Couplegoals: Self-esteem, relationship outcomes, and the visibility of romantic relationships on social media. *Sexuality & Culture*, 25(3), 1041-1057.
- Hochschild, Arlie R. 2003. *The commercialization of intimate life: Notes from home and work*. Berkeley: University of California Press
- Hogan, Bernie. 2010. The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386.

- Houben, Daniel. 2018. Von Ko-Präsenz zu Ko-Referenz – Das Erbe Erving Goffmans im Zeitalter digitalisierter Interaktion. In: Klemm, Mathias; Staples, Roland (Hg.): *Leib und Netz. Sozialität zwischen Verkörperung und Virtualisierung*. Wiesbaden: Springer Verlag, 3-20.
- Illouz, Eva. 2006. *Gefühle in Zeiten des Kapitalismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Illouz, Eva. 2012 (2011). *Warum Liebe weh tut: eine soziologische Erklärung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Illouz, Eva. 2018. *Warum Liebe endet: Eine Soziologie negativer Beziehungen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Illouz, Eva. 2020 (2003). *Der Konsum der Romantik*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Imdahl, Max. 1994. Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. In: Stierle, Karlheinz ; Boehm, Gottfried (Hg): *Was ist ein Bild?*. München: Fink, 300-342.
- Instagram help. 2022. *Gemeinschaftsrichtlinien*. https://help.instagram.com/477434105621119/?locale=de_DE. (Zugegriffen: 09.08.2022).
- Internet World Stats. 2020. *Internet usage statistics: The internet big picture – World internet users and 2020 population stats*. <https://internetworldstats.com/stats.htm>. (Zugegriffen: 22.07.2020).
- Internet World Stats. 2022. *Internet usage statistics: The internet big picture – World internet users and 2022 population stats*. <https://internetworldstats.com/stats.htm>. (Zugegriffen: 07.07.2022).
- Jurgenson, Nathan. 2019. *The social photo: On photography and social media*. New York: Verso Books.
- Kieserling, André. 1999. *Kommunikation unter Anwesenden: Studien über Interaktionssysteme*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Korchmaros, Josephine D.; Ybarra, Michele L. & Mitchell, Kimberly J. 2015. Adolescent online romantic relationship initiation: Differences by sexual and gender identification. *Journal of Adolescence*, 40, 54-64.
- Kramer, Michaela. 2018. Adoleszente Körperinszenierungen und biografische Selbsterzählungen im Kontext der Smartphone-Fotografie. In: Hartung-Griemberg, Anja; Vollbrecht, Ralf (Hg); Dallman, Christine (Hg): *Körpergeschichten–Körper als Fluchtpunkte medialer Biografisierungspraxen*, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 29-42.
- Krämer, Benjamin & Lobinger, Katharina. 2019. Visuelle Authentizitäten und die Rolle kontextspezifischer Authentizitätsmarker in der visuellen Kommunikation. In: Lobinger, Katharina (Hg): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Verlag, 101-121.

- Krueger, Kori L. & Forest, Amanda L. 2020. Communicating commitment: A relationship-protection account of dyadic displays on social media. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 46(7), 1059-1073.
- Labrecque, Lauren I., Markos, Ereni & Milne, George R. 2011. Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50. doi:10.1016/j.intmar.2010.09.002.
- Leary, Mark R. & Kowalski, Robin M. 1990. Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34.
- Lee, Eunji; Lee, Jung-Ah; Moon, Jang Ho & Sung, Yongjun. 2015. Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyber psychology, behavior, and social networking*, 18, 552-556.
- Len-Ríos, María E.; Streit, Cara; Killoren, Sarah; Deutsch, Arielle; Cooper, Lynne, & Carlo, Gustavo. 2016. US Latino adolescents' use of mass media and mediated communication in romantic relationships. *Journal of Children and Media*, 10(4), 395-410.
- Lenz, Karl. 2009. *Soziologie der Zweierbeziehung: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer Verlag.
- Lucero, Jessica L.; Weisz, Arlene N.; Smith-Darden, Joanne, & Lucero, Steven M. 2014. Exploring gender differences: Socially interactive technology use/abuse among dating teens. *Affilia*, 29(4), 478-491.
- Luhmann, Niklas. 1982. *Liebe als Passion. Zur Codierung von Intimität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Luhmann, Niklas. 1998 (1992). *Liebe als Passion: zur Codierung von Intimität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Luhmann, Niklas. 2008. *Liebe: Eine Übung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Maiwald, Kai-Olaf. 2019. Stand by Me: Was können Fotografien über Paarbeziehungen aussagen? In: Funcke, Dorett; Loer, Thomas (Hg): *Vom Fall zur Theorie: Auf dem Pfad zur rekonstruktiven Sozialforschung*. 4. Auflage, Wiesbaden: Springer Verlag, 217-254.
- Mangione, Vanessa. 2014. Der öffentlich inszenierte Heiratsantrag: utopisches Glücksversprechen oder emotionale Manipulation?. *Gender-Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft*, 6(2), 39-53.
- Mead, George H. 1998 (1937). *Geist, Identität, Gesellschaft: aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. 11. Auflagen. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Morikawa, Takemitsu. 2015. *Liebesemantik und Sozialstruktur*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Müller, Michael. R. 2012. Figurative Hermeneutik. *Sozialer Sinn*, 13(1), 129-162.
- Müller, Micheal. R. 2016. Bildcluster. Zur Hermeneutik einer veränderten sozialen Gebrauchsweise der Fotografie. *Sozialer Sinn*, 17 (1), 95–142

- Müller, Michael R. & Soeffner, Hans-Georg (Hg). 2018. *Das Bild als soziologisches Problem: Herausforderungen einer Theorie visueller Sozialkommunikation*. Weinheim: Beltz Juventa.
- Müller, Michael R. 2018. Soziale Anschauung in technisierten Umgebungen. Die Fotografie als Medium visueller Sozialkommunikation. In: Müller, Michael & Soeffner, Hans-Georg (Hg): *Das Bild als soziologisches Problem: Herausforderungen einer Theorie visueller Sozialkommunikation*. Weinheim: Beltz Juventa, 95-115.
- Müller-Doohm, Stefan. 1997. Bildinterpretation als struktural-hermeneutische Symbolanalyse. In: Hitzler, Ronald (Hg.) & Honer, Anne: *Sozialwissenschaftliche Hermeneutik: eine Einführung*. Opladen: Leske + Budrich, 81-108.
- mpfs. 2021. *JIM-Studie. Jugend, Information und Medien*. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf. (Zugegriffen: 04.08.2022).
- Peuckert, Rüdiger. 2008. Theoretische Erklärungsansätze für den sozialen Wandel von Ehe, Familie und Partnerschaft. In: Peuckert, Rüdiger: *Familienformen im sozialen Wandel*. 7. Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag, 326-340.
- Radcliffe-Brown, Alfred R. 1931. The social organization of Australian tribes: Part III. *Oceania*, 1(4), 426-456.
- Reiss, Ira L. 1960. Toward a sociology of the heterosexual love relationship. *Marriage and Family Living*, 22, 139-145
- Robards, Brady & Lincoln, Siân. 2016. Making it "Facebook official": Reflecting on romantic relationships through sustained Facebook use. *Social Media + Society*, 2(4), 1-10.
- Rose, Beate. 1972. *Paare: Menschenbilder aus der Bundesrepublik Deutschland zu Beginn der siebziger Jahre*. München: Langewiesche-Brandt
- Rössler, Patrick & Dussel, Konrad. 2019. Bilder als Quellen in der Kommunikationsforschung. In: Lobinger, Katharina (Hg): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Verlag, 491-513.
- Safer Internet. 2021. *Jugend Internet Monitor*. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/>. (Zugegriffen: 05.08.2022).
- Schallat, Janine. 2014. Verpartnerungen gleichgeschlechtlicher Paare: eine fotoanalytische Fallstudie. *GENDER Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft*, 6(2), 54-69.
- Schreiber, Maria & Kramer, Michaela. 2016. Verdammt schön. Methodologische und methodische Herausforderung der Rekonstruktion von Bildpraktiken auf Instagram. *Zeitschrift für Qualitative Forschung*, 17 (1 -2), 81-106. doi: 10.3224/zqf.v17i1-2.25544va
- Schroer, Markus. 2010. Individualisierung als Zumutung: Von der Notwendigkeit zur Selbstinszenierung in der visuellen Kultur. In: Berger, Peter A.; Hitzler, Ronald: *Individualisierungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 275-289.

- Sharabi, Liesel L. & Hopkins, Annamariah. 2021. Picture perfect? Examining associations between relationship quality, attention to alternatives, and couples' activities on Instagram. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(12), 3518-3542.
- Sikorski, Christian & Brantner, Cornelia. 2019. Das Bild in der politischen Kommunikation. In: Lobinger, Katharina (Hg): *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung*. Wiesbaden: Springer Verlag, 181-204.
- Simmel, Georg. 1985. Fragment über die Liebe. In: Simmel, Georg; Dahme, Köhnke, Klaus; Heinz-Jürgen (Hg): *Schriften zur Philosophie und Soziologie der Geschlechter*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 224-281.
- Smith, D. 2018. Social Media and Personal Branding. *Growing Your Library Career with Social Media*. Kidlington: Chandos Publishing, 27-46. doi:10.1016/b978-0-08-102411-9.00003-0
- Skopek, Jan. 2012. *Partnerwahl im Internet: Eine quantitative Analyse von Strukturen und Prozessen der Online-Partnersuche*. Wiesbaden: Springer Verlag.
- Stark, Birgit & Kist, Edgar L. 2020. Mediennutzung. In: Krone, Jan; Pellegrini, Tassilo (Hg): *Handbuch Medienökonomie*. Wiesbaden: Springer Verlag, 1137-1163.
- Tyrell, Hartmann. 1987. Romantische Liebe – Überlegungen zu ihrer "quantitativen Bestimmtheit". In: Luhmann, Niklas; Baecker, Dirk (Hg); Willke, Helmut (Hg): *Theorie als Passion: Niklas Luhmann zum 60. Geburtstag*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 570-599.
- Thürlemann, Felix. 2013. *Mehr als ein Bild: für eine Kunstgeschichte des hyperimage*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag.
- Van Dijck, José. 2008. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual communication*, 7(1), 57-76.
- Van House, Nancy; Davis Marc & Ames, Morgan. 2005. The Uses of personal Networked Digital Imaging: An Empirical Study of Cameraphone Photos and Sharing. *CHI '05 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM, 1852-1856.
- Vannini, Phillip. 2004. Will you marry me?: Spectacle and consumption in the ritual of marriage proposals. *Journal of popular culture*, 38(1), 169-185.
- Vitelar, Alexandra. 2019. Like me: Generation Z and the use of social media for personal branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257-268.
- Wuss, Peter. 2020. Bild: Kamerablick und Aufmerksamkeit. In: Wuss, Peter: *Künstlerische Verfahren des Films aus psychologischer Sicht*. Wiesbaden: Springer Verlag, 451-498.
- Zurstiege, Guido. 2011. Fit und flott—und ein wenig sexy in schwarz-weiß: Die strukturelle Ambivalenz werblicher Medienangebote. In: Holtz-Bache, Christina: *Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung*. 2. erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Verlag, 107-123.

8. Abbildungsverzeichnis

- Abb.1: Exemplarische Darstellung eines Bildhaufens auf Instagram. https://www.instagram.com/fem_men/ (Download am 08.08.22)
- Abb.2: Goffman, die weibliche Berührung 1 (aus Goffman 1981, 126f)
- Abb.3: Goffman, die weibliche Berührung 2 (aus Goffman 1981, 130f)
- Abb.4: Goffman, die weibliche Berührung – ein axialer Vergleich (aus Goffman 1981, 126f;130f)
- Abb.5: Instagram- Features <https://help.instagram.com/654906392080948> (Screenshot am 26.08.22)
- Abb.6: Instagram-Account für Forschungszwecke. https://www.instagram.com/digitales_liebesselbst/ (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.7: Privater Instagram-Account. https://www.instagram.com/vk_castillo/ (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.8: Instagram-Filter. (Zugriff nur möglich mit angemeldetem Account)
- Abb.9: Beitrag verfassen auf Instagram. (Zugriff nur möglich mit angemeldetem Account)
- Abb.10: Startmaske auf Instagram 1. https://www.instagram.com/digitales_liebesselbst/ (Screenshot 05.08.22)
- Abb.11: Startmaske auf Instagram 2a. <https://www.instagram.com/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.12: Startmaske auf Instagram 2b. <https://www.instagram.com/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.13: Mehrfach-Post auf Instagram. <https://www.instagram.com/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.14: ORF-Account auf Instagram 1. <https://www.instagram.com/orf.at/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.15: ORF-Account auf Instagram 2. <https://www.instagram.com/orf.at/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.16: #couplegoals-Suche auf Instagram. <https://www.instagram.com/explore/tags/couplegoals/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.17: Suchfunktion nach ähnlichen Accounts. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.18: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen 1. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.19: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen 2. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.20: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen 3. <https://www.instagram.com/travelnurseswife/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.21: Beispiel Datensicherung. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.22: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen Fall 1. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.23: Chronologische Reihenfolge a Fall 1. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.24: Chronologische Reihenfolge b Fall 1. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.25: Chronologische Reihenfolge c Fall 1. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.26: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 1 -Selfies. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.27: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 1 -dritte Andere. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.28: Bildtypen Fall 1 – Exklusivität. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.29: Bildtypen Fall 1 – Beständigkeit der Liebe. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.30: Bildtypen Fall 1 – Ehe. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.31: Bildtypen Fall 1 – Ausblenden der Umwelt. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.32: Bildtypen Fall 1 – Liebe ist vorherbestimmt. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.33: Bildtypen Fall 1 – Nacktheit und sexuelle Intimität. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.34: Bildtypen Fall 1 – ungleiches Tragen und Heben. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.35: Bildtypen Fall 1 – ungleiche Blickbeziehung. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.36: Bildtypen Fall 1 – Ironisierung bei ungleichen Verhältnissen. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.37: Bildtypen Fall 1 – Verdinglichung der Liebe. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)

- Abb.38: Bildtypen Fall 1 – Gemeinsamkeiten. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.39: Bildtypen Fall 1 – Selfies. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.40: Bildtypen Fall 1 – Liebe und Andere. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.41: Axiale Analyse Fall 1 – Schnappschuss. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.42: Axiale Analyse Fall 1 – Inszenierung. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.43: Axiale Analyse Fall 1 – axialer Vergleich von Schnappschuss und Inszenierung. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.44: Axiale Analyse Fall 1 – axialer Vergleich von Schnappschuss und Inszenierung und allen anderen Bildclustern. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.45: Axiale Analyse Fall 1 – Übersicht über die Kategorien. (Eigene Darstellung)
- Abb.46: Diskussion Fall 1 – Romantisches Liebesideal. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.47: Diskussion Fall 1 – Machtverhältnis traditioneller Geschlechterordnung. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.48: Goffman, Richtung angeben (aus Goffman 1981, 139)
- Abb.49: Goffman, Spiel (aus Goffman 1981, 207)
- Abb.50: Goffman, Arm ausstrecken (aus Goffman 1981, 212)
- Abb.51: Goffman, relative Größe (aus Goffman 1981, 120)
- Abb.52: Goffman, Ironisierung (aus Goffman 1981, 153)
- Abb.53: Diskussion Fall 1 – Teilen von (Liebes)Momenten. <https://www.instagram.com/mariefeandjakesnow/> / (Screenshot der Einzelbilder am 23.04.22)
- Abb.54: Instagram-Account der Forschungsteilnehmer:innen Fall 2. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot am 05.08.22)
- Abb.55: Chronologische Reihenfolge a Fall 2. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.56: Chronologische Reihenfolge b Fall 2. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.57: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 2 -Collage a. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.58: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 2 -Collage b. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.59: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 2 -Collage: Kulinarik. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.60: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 2 -Collage: Natur und Freizeitaktivitäten. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.61: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 2 -Collage: Tiere. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.62: Rasches Arrangieren und Umarrangieren Fall 2 -Collage: Selfies. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.63: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Kulinarik. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.64: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten (Collage). <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.65: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Tiere. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.66: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe füreinander. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.67: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für Natur und Freizeitaktivitäten (Einzelbild). <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.68: Bildtypen Fall 2 – gemeinsam geteilte Liebe für dritte Andere. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.69: Bildtypen Fall 2 – Symbolbild für gemeinsam geteilte Lebenseinstellung. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.70: Bildtypen Fall 2 – Symbolbild für Unterschiede innerhalb der gemeinsam geteilten Lebenseinstellung. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.71: Bildtypen Fall 2 – Ausblenden der Umwelt. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.72: Bildtypen Fall 2 – Ungleiches Schützen und Halten. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)

- Abb.73: Bildtypen Fall 2 – Blick zueinander. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.74: Bildtypen Fall 2 – Selfies. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.75: Bildtypen Fall 2 – Arrangierte Bilder. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.76: Axiale Analyse Fall 2 – Gemeinsamkeiten. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.77: Axiale Analyse Fall 2 – axialer Vergleich von Collage und Einzelbild 1. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.78: Axiale Analyse Fall 2 – axialer Vergleich von Collage und Einzelbild 2. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.79: Axiale Analyse Fall 2 – Übersicht über die Kategorien. (Eigene Darstellung)
- Abb.80: Diskussion Fall 2 – Teilen von Momenten gemeinsamer Interessen und Erfahrungen. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.81: Diskussion Fall 2 – Romantisches Liebesideal. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.82: Diskussion Fall 2 – axialer Vergleich von Kuss und sexuelle Intimität und anderen Bilder aus dem Datenkorpus. <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)
- Abb.83: Diskussion Fall 2 – Blickbeziehung (zu Betrachtenden). <https://www.instagram.com/ourbestgayveganlife/> (Screenshot der Einzelbilder am 13.06.22)

9. Anhang

9.1 Abstract

Die Veränderung des Gebrauchs von Fotografie und die zunehmende Verlagerung von Kommunikation in den digitalen Raum verweisen auf die mögliche soziologische Relevanz einer Analyse der bildbasierten Social-Media-Plattform *Instagram*. Als Folge der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung wird nicht nur die Sozialkommunikation durch technische Erweiterungen, neuen Möglichkeiten und Herausforderungen komplexer, sondern auch andere Bereiche der Gesellschaft wie das Konstrukt der Liebe stehen unter solchen Veränderungen. Die vorliegende Arbeit ist von Gedanken über die Liebe inspiriert, die sich beispielsweise damit beschäftigen, wie Liebe überhaupt noch möglich ist, wenn nichts und alles Liebe sein kann, welche neuen Ideale von Liebe sich entwickeln, wenn traditionelle abgelehnt werden oder welche Bedeutung Liebe überhaupt (noch) hat. Dazu werden zwei theoretische Perspektiven zusammengeführt: Zum einen erlaubt mir der interaktionstheoretische Ansatz von Goffman (1981) die Fotoauswahl eines Accounts als (Internet)Auftritt eines Liebes-Selbst (das gemeinsame Selbst eines Liebespaares) zu betrachten, die über das Interaktionsmedium Instagram erfolgt. Zum anderen erlaubt mir der Rückgriff auf den systemtheoretischen Ansatz von Luhmann (1998), das Liebespaar hinter dem Liebes-Selbst als Intimsystem zu begreifen, welches eine bestimmte (visuelle) Liebessemantik verwendet, um dieses System zu erzeugen und aufrecht zu erhalten. Die Auseinandersetzung mit dem romantischen Liebesideal spielt dabei stets eine tragende Rolle, weil es die gesellschaftlichen Vorstellungen von Liebe fortwährend dominiert. Mit der Bildclusteranalyse nach Michael R. Müller (2016) als Auswertungsmethode kann die gesamte Fotoauswahl eines Accounts als neues ikonisches Gebilde im Sinne einer gesamten digitalen Darstellung eines Liebespaares begriffen werden und über die Rekonstruktion der Gestaltung der Bilder (Komposition- und Montageprinzipien) sowohl ein spezifisches Liebes-Selbst als auch dessen spezifische visuelle Liebessemantik herausgearbeitet werden. Die Analyse gestattet einen Einblick in die aktuelle Darstellungsweise auf Instagram von Liebespaaren über einen gemeinsamen Account und damit auf die dahinterliegende (Be-)Deutung. Mit der Untersuchung zweier Profile konnten zwei Typen des digitalen Liebes-Selbst ausgemacht werden: die *inszenierte Romantik* und die *authentische Liebe*, wobei der erste Typ überwiegend traditionellen Werten folgt, viele Follower hat und die Bilder ein heterosexuelles Liebespaar darstellen. Der zweite Typ ist tendenziell modern, hat weniger Follower und die Bilder stellen ein homosexuelles Liebespaar dar. In Anbetracht der vorangestellten Fragen, lässt sich festhalten, dass die Darstellungen beider Profile zugleich romantisch gesteigert und entromantisiert erfolgen und sich sowohl die Darstellung des heterosexuellen als auch homosexuellen Liebespaares einer stereotypen Geschlechtstypik

bedient. Damit bleibt die Reproduktion oder Weiterentwicklung von heteronormativen Geschlechtervorstellungen bzw. traditionellen Vorstellungen auf Social-Media ambivalent.

Schlagworte: Visuelle Soziologie / romantische Liebe / (Selbst)Darstellung / Intimsystem / Liebessemantik / figurative Hermeneutik / Bildanalyse

Abstract - Englisch

The change in the use of photography and the increasing shift of communication into the digital space point to the potential sociological relevance of an analysis of the image-based social media platform *Instagram*. As a result of societal differentiation, not only is social communication becoming more complex due to technological enhancements, new opportunities and challenges, but other areas of society such as the construct of love are also under such changes. The present work is inspired by thoughts about love that deal, for example, with how love is still possible at all when nothing and everything can be love, what new ideals of love develop when traditional ones are rejected or what meaning love has (anymore) at all. In addition, two theoretical perspectives are brought together: On the one hand, Goffman's (1981) interaction-theoretical approach allows me to consider the photo selection of an account as the (internet) appearance of a love-self (the shared self of a couple), which takes place via the interaction medium Instagram. Second, drawing on Luhmann's (1998) system-theoretical approach allows me to conceive of the love couple behind the love-self as an intimate system that uses a particular (visual) semantics of love to generate and maintain that system. The discussion of the romantic ideal of love always plays a supporting role in this process, because it continuously dominates the social conceptions of love. Using image-cluster-analysis according to Michael R. Müller (2016) as an evaluation method, the entire photo selection of an account can be understood as a new iconic entity in the sense of an entire digital display of a love couple, and by reconstructing the design of the images (composition and montage principles), both a specific love-self and its specific visual love semantics can be elaborated. The analysis allows an insight into the current mode of display on Instagram of lovers via a shared account and thus into the underlying (interpretation). By examining two profiles, two types of digital love-self could be identified: staged romance and authentic love, where the first type predominantly follows traditional values, has many followers, and the images represent a heterosexual couple of lovers. The second type tends to be modern, has fewer followers, and the images represent a homosexual couple of lovers. Considering the previous questions, it can be stated that the displays of both profiles are simultaneously romantically heightened and de-romanticized, and that both the display of the heterosexual and homosexual lovers uses a stereotypical gender type. Thus, the reproduction or further development of heteronormative gender concepts or traditional ideas on social media remains ambivalent.

Keywords: Visual Sociology / romantic love / (self-)presentation / intimate system / love semantics / figurative Hermeneutics / image analysis

9.2 Anschreiben

Deutsch

DIGITALES LIEBES-SELBST



universität
wien

WHAT ABOUT

Anhand der Fotoauswahl sollen Typen der Inszenierung des digitalen Liebes-Selbsts und der Liebessemantik eines Liebespaares auf **Instagram** herausgearbeitet werden.
Die Auswertung erfolgt anhand der Bildclusteranalyse, einem interpretativ-vergleichendem Bildanalyseverfahren. Die Forschung findet im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut der Soziologie, Universität Wien statt. Die Betreuung erfolgt durch Roswitha Breckner. Die Daten werden vertraulich und DSGVO-konform behandelt.

KONTAKTPERSON

NAME
E-MAIL-ADRESSE
TELEFONNUMMER

LIEBE HEUTE - WAS BEDEUTET DAS ÜBERHAUPT UND WELCHE ROLLE SPIELT DABEI DIE DIGITALE SELBSTDARSTELLUNG

PARTIZIPATION

Wolltest du auch schon immer mal mehr über die Inszenierung von Liebe erfahren? Ich auch! Dann kontaktier mich einfach! Ich suche Personen, mit denen ich eine Bildanalyse anhand der Bilder, die über Instagram online sind und mir zur Verfügung gestellt werden, durchführen kann.

DIGITALES LIEBES-SELBST



universität
wien

WHAT ABOUT

On the basis of the photo selection, types of the staging of the digital love-self and the love semantics of a couple on Instagram are to be worked out. The evaluation will be carried out using image cluster analysis, an interpretative-comparative image analysis method. The research takes place within the framework of my Master's thesis at the Department of Sociology, University of Vienna. Supervision is provided by Roswitha Breckner. The data will be treated confidentially and in compliance with DSGVO.

CONTACT PERSON

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

LOVE TODAY - WHAT
DOES IT MEAN AT
ALL AND WHAT
ROLE DOES DIGI-
TAL SELF-EXPRESSI-
ON PLAY IN THIS?

PARTICIPATION

Have you always wanted to know more about the staging of love? Me too! Then just contact me! I am looking for people with whom I can do an image analysis based on the images that are online and provided to me via Instagram.

9.3 Einverständniserklärung

Instagram-Profil *ourbestgayveganlife*

Master Thesis:

Declaration of consent

I hereby confirm that I have been adequately informed about the research project. I am aware that my participation in the data collection is voluntary and that I can terminate it at any time without giving reasons. I have been informed that my images may be cited in scientific papers and publications.

The following is agreed for the **use of photos** from my Instagram profile (please select and tick one of the following options):

- ☒ **2A** I give my consent that the visual material taken from my Instagram profile during the research project may be reproduced in scientific papers and publications in a non-pseudonymised form.
- ☐ **2B** I give my consent that the visual material taken from my OkCupid profile during the research project may be reproduced in scientific papers and publications, but only in pseudonymised form so that no conclusions can be drawn about my person.
- ☐ **2C** I do not want the images from my Instagram profile to be reproduced or used in academic papers, publications or exhibitions.

I hereby consent to the use of my personal data in the context of the master thesis "Das Liebespaar und sein digitales Liebes-Selbst".

@ourbestgayveganlife
Name of the Instagram account

Los Angeles, CA USA
Place and date 5/20/22

Debe Waisman
Debe Waisman
Name and signature

Guinevere AIDE
Guinevere AIDE

Master Thesis: DAS LIEBESPAAR UND SEIN DIGITALES LIEBES-SELBST

#couplegoals: die visuelle Inszenierung von Liebe auf Instagram

Declaration of consent

I hereby confirm that I have been adequately informed about the research project. I am aware that my participation in the data collection is voluntary and that I can terminate it at any time without giving reasons. I have been informed that my images may be cited in scientific papers and publications.

The following is agreed for the **use of photos** from my Instagram profile (please select and tick one of the following options):

- ☒ **2A** I give my consent that the visual material taken from my Instagram profile during the research project may be reproduced in scientific papers and publications in a non-pseudonymised form.
- ☐ **2B** I give my consent that the visual material taken from my OkCupid profile during the research project may be reproduced in scientific papers and publications, but only in pseudonymised form so that no conclusions can be drawn about my person.
- ☐ **2C** I do not want the images from my Instagram profile to be reproduced or used in academic papers, publications or exhibitions.

I hereby consent to the use of my personal data in the context of the master thesis "Das Liebespaar und sein digitales Liebes-Selbst".

@travelnurseswife

.....
Name of the Instagram account

06/18/2022

.....
Place and date

Nicole May

.....
Name and signature