

Perfekt oder echt? Wie soziale Normen die Darstellung des Selbst von Heranwachsenden auf Instagram beeinflussen.

Social-Media-Plattformen wie Instagram bieten Heranwachsenden viele Möglichkeiten, sich selbst darzustellen. Vor allem die authentische Darstellung steht dabei im Zusammenhang mit dem subjektivem Wohlbefinden (Bailey et al., 2020) und der Entfaltung des Selbst. Während zahlreiche Studien zeigen, dass sich Heranwachsende auf Instagram eher inszeniert darstellen (Hollenbaugh, 2021), veranschaulichen jüngere Studien, dass Instagram ebenso für eine authentische Selbstdarstellung genutzt wird – v.a. Instagram-Stories (Kreling et al., 2021). Heranwachsende nehmen auf Instagram soziale Normen ihrer Peers wahr (Yau & Reich, 2019); ihre dortige Selbstdarstellung kann auch von sozial geteilten Vorstellungen davon abhängen, wie man sich wem gegenüber zeigen sollte (Zillich & Riesmeyer, 2021). Zudem differenzieren sich in der Jugendphase verschiedene Facetten des Selbst aus, die Heranwachsende auf Instagram erproben. Wir unterscheiden Actual Self (Eigenschaften, die eine Person glaubt tatsächlich zu haben), Ideal Self (Eigenschaften, die eine Person idealerweise gerne hätte) und Hidden Self (Eigenschaften, die eine Person zu haben glaubt, aber meist nicht ausdrücken kann), die bereits für die Selbstdarstellung auf Social-Media-Plattformen adaptiert wurden (Choi & Sung, 2018). Vor diesem Hintergrund untersucht der Vortrag die Wirkung sozialer Normen auf die Darstellung des Selbst. Folgende Annahmen liegen unserer Studie zugrunde:

H1: Die Wahrnehmung der sozialen Norm „Zeige dich inszeniert“ führt eher zur Darstellung des Ideal Self.

H2: Die Wahrnehmung der sozialen Norm „Zeige dich authentisch“ führt eher zur Darstellung des Actual Self.

Auch die persönliche Norm (persönliche Überzeugung, welches Verhalten richtig bzw. falsch ist), sich auf Instagram authentisch darzustellen, kann unter Heranwachsenden variieren und insbesondere die Darstellung des Hidden Self beeinflussen. Zudem stellt die Klarheit des Selbstkonzepts, d. h. das Ausmaß, in dem sich eine Person ihres Selbstkonzeptes sicher ist (Campbell et al., 1996), einen weiteren zentralen Einflussfaktor für die Darstellung des Selbst dar. Daher nehmen wir an:

H3: Die Wahrnehmung der sozialen Norm „Zeige dich authentisch“ führt bei Heranwachsenden mit der persönlichen Norm „Zeige dich authentisch“ eher zur Darstellung des Hidden Self.

H4: Eine größere Klarheit des Selbstkonzept verstärkt die Wirkung der sozialen Norm „Zeige dich authentisch“ auf die Darstellung des Actual Self (H4a) und des Hidden Self (H4b).

H5: Eine größere Klarheit des Selbstkonzept verringert die Wirkung der sozialen Norm „Zeige dich inszeniert“ auf die Darstellung des Ideal Self.

Zudem rahmt die spezifische Infrastruktur einer Social-Media-Plattform die Wahrnehmung sozialer Normen und die Selbstdarstellung auf dieser (boyd, 2010). Mit Rückgriff auf den Affordances-Ansatz (Evans et al., 2017) scheint insbesondere die Sichtbarkeit von Instagram-Stories für die Darstellung des Selbst relevant. Daher fragen wir:

RQ1: Inwieweit moderiert die Sichtbarkeit von Instagram-Stories den Einfluss der Normen a) „Zeige dich authentisch“ und b) „Zeige dich inszeniert“ auf die Darstellung der Facetten des Selbst?

Hierzu führen wir im September 2023 eine experimentelle Onlinebefragung mit 14- bis 16-jährigen Instagram-Nutzer*innen (n=520) mit einem 2 (Norm: inszeniert vs. authentisch) x 2 (Geschlecht der Stimulusperson weiblich vs. männlich) x 2 (Sichtbarkeit der Instagram-Story: enge Freunde vs. alle Follower*innen) Between-Subjects-Design durch. Die Teilnehmer*innen sehen eine fiktive Instagram-Story, die hinsichtlich der o.g. Faktoren manipuliert wurde¹. In der Befragung werden die Darstellung der Facetten des Selbst (in Anlehnung an Choi & Sung, 2018), die persönliche Norm sich authentisch darzustellen, die Klarheit des Selbstkonzepts (Campbell et al., 1996) und die Instagram-Nutzung erfasst. Im Vortrag werden wir diskutieren, wie soziale Normen die Darstellung des Selbst von Heranwachsenden im Sinne eines „guten Lebens“ unterstützen oder ggfs. begrenzen können.

Literatur

- Bailey, E. R., Matz, S. C., Youyou, W., & Iyengar, S. S. (2020). Authentic self-expression on social media is associated with greater subjective well-being. *Nature Communications*, *11*(1), 4889.
- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In Z. Papacharissi (Hrsg.), *Networked Self: Identity, communication and culture on social network sites* (S. 39–58). Routledge.
- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavalley, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, *70*(1), 141–156.
- Choi, T. R., & Sung, Y. (2018). Instagram versus Snapchat: Self-expression and privacy concern on social media. *Telematics and Informatics*, *35*(8), 2289–2298.
- Evans, S. K., Pearce, K. E., Vitak, J., & Treem, J. W. (2017). Explicating affordances: A conceptual framework for understanding affordances in communication research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *22*, 35–52.
- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, *9*, 80–98.

¹ Aktuell werden drei verschiedene Motive pro Norm und Stimulusperson in einem Pretest mit 90 Heranwachsenden getestet.

- Kreling, R., Meier, A., & Reinecke, L. (2022). Feeling authentic on social media: Subjective authenticity across Instagram stories and posts. *Social Media + Society*, 8(1).
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). “It’s just a lot of work”: Adolescents’ self-presentation norms and practices on Facebook and Instagram. *Journal of Research on Adolescence*, 29(1), 196–209.
- Zillich, A. F., & Riesmeyer, C. (2021). Be yourself: The relative importance of personal and social norms for adolescents’ self-presentation on Instagram. *Social Media + Society*, 7(3).