

MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Motivationale Beweggründe der GenZ für die Adaption der Social-Media-
Ästhetiken Gorpcore und Clean Girl Aesthetic in die eigene Lebenswelt anhand
der Self-Determination-Theory

verfasst von | submitted by

Elena Mangerapp B.A.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt |
Degree programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Ass.-Prof. Mag. Dr. Kathrin Karsay Bakk.

Abstract

Diese Masterarbeit untersucht die motivationalen Beweggründe der Generation Z für die Adaption der Social-Media-Ästhetiken *Gorpcore* und *Clean Girl Aesthetic* in die eigene Lebenswelt. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass soziale Medien wie Instagram und TikTok als feste Bestandteile unseres Alltags und wie Instagram und TikTok zu zentralen Räumen der Identitätsbildung geworden sind, in denen ästhetische Trends als Ausdruck sozialer Zugehörigkeit, Distinktion und Selbstverortung fungieren. Theoretisch verortet sich die Arbeit in der *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 2012) und bezieht zum Aufbau einer theoretischen Eröffnung des Feldes Bourdieus Kapitaltheorie sowie systemtheoretische und sozialpsychologische Ansätze zu Gruppendynamiken ein.

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde ein qualitatives, exploratives Forschungsdesign gewählt. Es wurden zehn leitfadengestützte Interviews mit Angehörigen der Generation Z geführt, die sich entweder der *Gorpcore*- oder der *Clean Girl*-Ästhetik zuordnen. Die Datenauswertung erfolgte mithilfe der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022).

Die Ergebnisse zeigen, dass die Aneignung ästhetischer Elemente durch ein Spannungsverhältnis zwischen Autonomie und sozialer Eingebundenheit geprägt ist. Zwar erleben viele Befragte die Entscheidungen über ästhetischen Ausdruck als selbstbestimmt, sie sind jedoch stark durch internalisierte gesellschaftliche und gruppenspezifische Normen beeinflusst. Diese Beeinflussung ist ihnen dabei teils bewusst, teils bleibt sie aber auch implizit. Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit erweist sich als zentraler Motivationsfaktor, während ästhetische Praktiken zugleich der individuellen Selbstverwirklichung dienen. Unterschiede zwischen den beiden untersuchten Ästhetiken bestehen weniger in den zugrunde liegenden Motivationen als in der Ausgestaltung der jeweiligen Gruppenkonventionen.

Die Arbeit leistet damit einen Beitrag zum Verständnis ästhetischer Selbstinszenierung im digitalen Raum und zeigt, wie Social-Media-Trends als Ausdrucksformen psychologischer Grundbedürfnisse fungieren. Zudem wird versucht ein anfängliches Verständnis dafür zu schaffen, welche Prozesse zwischen der Rezeption medialer Inhalte und deren individueller Wirkung ablaufen und welche Einflussfaktoren dabei wirksam werden.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	5
2. Empirischer Forschungsstand	6
3. Forschungslücke.....	9
4. Ziel der Forschung.....	10
5. Beschreibung zentraler Konstrukte	10
5.1 Lebenswelt.....	10
5.2 GenZ	12
5.3 Social-Media-Ästhetiken	12
5.3.1 Gorpcore	13
5.3.2 Clean Girl Ästhetik	14
5.3.4 Auswahl der beiden Ästhetiken	14
6. Theoretische Fundierung.....	15
6.1 Kontextualisierende Rahmenkonzepte	15
6.1.1 Bourdieus Kapitaltheorie und die Strukturierung der sozialen Welt	15
6.1.2 Gruppendynamiken in sozialen Strukturen.....	19
6.1.3 Verortung des Individuums	22
6.1.4 Einfluss der Logik sozialer Medien	24
6.2 Self Determination Theory	25
7. Herleitung der Forschungsfragen	31
8. Methodik.....	37
8.1 Methode der Datenerhebung und -auswertung.....	37
8.1.1 Operationalisierung.....	40
8.1.2 Stimuli.....	41
8.1.3 Fallauswahl	41
8.2 Durchführung der Datenerhebung und -auswertung	43
9. Ergebnisse und Interpretation.....	44
9.1 Motivationale Beweggründe zur Aneignung ästhetischer Elemente (FF1).....	44
9.2 Veränderungen der Motivation im Zeitverlauf (FF2)	47
9.3 Rolle externer Bestätigung (FF3)	50
9.4 Erleben von Selbstbestimmung (FF4)	54
9.5 Ziele hinter der Übernahme ästhetischer Elemente (FF5).....	58
10. Schluss	60

10.1 Fazit	60
10.2 Abschließende Reflektion und Limitationen	62
Literaturverzeichnis.....	64
Hilfsmittel.....	69
Anhang	70
I. Codier-Leitfaden nach Kuckartz (2022).....	70
II. Interviewleitfaden mit Literaturbezug.....	79
III. Stimuli	93
IV. Transkripte.....	94

1. Einleitung

Mit dem Aufstieg visueller Plattformen wie Instagram, Pinterest und TikTok haben sich soziale Medien zu zentralen Schauplätzen ästhetischer Auseinandersetzung entwickelt. Nutzer:innen begegnen hier nicht nur einer Vielzahl kuratierter Lifestyle-Ästhetiken, sondern beteiligen sich aktiv an deren Gestaltung und Verbreitung. Dementsprechend fungieren diese Plattformen lang nicht mehr nur als Kommunikationskanäle, sondern als Orte ästhetischer Selbstdarstellung und Gemeinschaftsbildung rund um bestimmte Stile und Werte. (Pan & Lee, 2024) Sie wirken damit nicht nur auf die Handlungsfelder möglicher Selbstinszenierung, sondern wirken auch auf Identität und Selbstbild. (Putra & Afrilian, 2025)

Soziale Medien spielen insbesondere für die Generation Z eine zentrale Rolle im digitalen Alltag (Gadringer et al., 2024). Diese Generation umfasst die Geburtsjahrgänge 1995 bis 2009 und befindet sich damit aktuell im Alter von etwa 15 bis 29 Jahren (Maas & Maas, 2023). Der Digital News Report verdeutlicht die altersgruppenspezifische Nutzung sozialer Netzwerke und zeigt, dass vor allem visuelle Plattformen, die häufig zur Inspiration, sowie zur Konstruktion des eigenen Selbstbildes dienen, besonders stark von der Generation Z genutzt werden. So verwenden 85 % der 18- bis 34-Jährigen Instagram, während TikTok von 45,8 % dieser Altersgruppe genutzt wird. Auch Pinterest erfährt in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen eine zunehmende Wiederentdeckung. (Gadringer et al., 2024)

Die sozialen Medien sind fest im Alltag der Generation Z verankert und entfalten eine medienwirksame Funktion, die sowohl ihr Selbstverständnis als auch ihr Kommunikationsverhalten beeinflusst. Während bestehende Forschung bereits umfassend dargelegt hat, dass junge Erwachsene über eine ausgeprägte visuelle Literacy verfügen, die beschreibt, dass diese in der Lage sind, ästhetische Inhalte zu interpretieren und produktiv zu adaptieren (Pan & Lee, 2024), bleibt bislang offen, welche tieferliegenden motivationalen Mechanismen die aktive Übernahme und Integration spezifischer Social-Media-Ästhetiken in die eigene Lebensrealität erklären. Vor dem Hintergrund, dass Plattformen wie Instagram oder TikTok nicht nur Trends sichtbar machen, sondern auch Räume für Zugehörigkeit, Abgrenzung und performative Selbstinszenierung bieten, erscheint es relevant sich die Frage zu stellen, wie und warum junge Erwachsene bestimmte visuelle Ausdrucksformen nicht nur rezipieren, sondern als Teil ihrer Identität annehmen.

Diese Arbeit setzt genau an dieser Forschungslücke an und fragt daher: Welche motivationalen Beweggründe führen dazu, dass junge Erwachsene Social-Media-Ästhetiken in ihre eigene Lebensrealität integrieren?

Da es eine Vielzahl an Trends und Ästhetiken auf Social Media gibt, die sich kontinuierlich weiterentwickeln und in ihrer Differenzierung und Fluidität kaum mehr überschaubar sind, soll sich diese Arbeit hier auf zwei der größten Ästhetiken im Social Media Bereich beziehen: der *Clean-Girl-Ästhetik* und dem *Gorpcore*. Eine umfassende Analyse sämtlicher ästhetischer Strömungen und deren Aneignungsprozesse würde den Rahmen dieser Arbeit übersteigen und ist im vorgesehenen Umfang nicht realisierbar.

Für die Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage, wird auf die Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012) zurückgegriffen. Sie bietet durch ihre Mini-Theorien ein differenziertes Verständnis darüber, wie externe Einflüsse, wie etwa ästhetische Trends auf sozialen Medien, in interne Antriebskräfte überführt werden können.

Ziel dieser Masterarbeit ist es, explorativ zu untersuchen, welche Motivationsmechanismen der Übernahme ästhetischer Inhalte aus sozialen Medien in die eigene Lebenswelt zugrunde liegen. Dabei wird ein qualitatives, exploratives Forschungsdesign mittels halbstrukturierten Leitfadeninterviews verwendet. Hierdurch soll ein Beitrag zum besseren Verständnis der Zusammenhänge zwischen Medienrezeption und Medienwirkung im Kontext spezifischer, auf Plattformen zirkulierender ästhetischer Ausdrucksformen, geleistet werden.

2. Empirischer Forschungsstand

Um die eigene Untersuchung empirisch zu verorten, wird im Folgenden der aktuelle Forschungsstand im relevanten Feld dargelegt. In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit sozialen Medien, visuellen Trends und digitaler Selbstverortung zeigt sich ein zunehmendes Interesse an den Wirkmechanismen, die zur Adaption bestimmter Ästhetiken durch junge Erwachsene führen. Bestehende empirische Studien liefern bereits fundierte Erkenntnisse über Plattformnutzungsverhalten und medienbezogene Bedürfnisse, lassen jedoch häufig offen, wodurch die Übernahme ästhetischer Konventionen konkret motiviert ist und welche psychologischen oder sozialen Dynamiken dabei wirksam werden.

Frühere Untersuchungen innerhalb des Uses and Gratifications Frameworks zeigen, dass junge Erwachsene soziale Medien insbesondere zur Unterhaltung, Inspiration, sozialen Interaktion und Selbstdarstellung nutzen. (Mull & Lee, 2014; Erz, Marder & Osadchaya, 2018) Diese Studien erklären, warum Plattformen wie TikTok oder Instagram gezielt konsumiert werden, verdeutlichen jedoch weniger, wie aus rezeptiver Nutzung konkrete Handlungen, wie die eigene ästhetische Inszenierung des Selbst oder eigenen Lifestyles hervorgehen.

Neuere Arbeiten rücken daher stärker die ästhetische Medienkompetenz in den Fokus: Pan und Lee (2024) zeigen, dass die habitualisierte Nutzung sozialer Medien bei jungen Nutzer:innen zu einer gesteigerten "Life Aesthetic Literacy" führt, welches ein tieferes Verständnis ästhetischer Codes, Stilmittel und normativer Bildsprachen und die Fähigkeit zur eigenen Umsetzung dieser Muster, beschreibt. Dieses Verständnis wird in alltägliche Lebenspraktiken übersetzt und beispielsweise in die Wahl von Kleidung, Make-up und Interior-Design miteinbezogen. Die Untersuchung der "Life Aesthetic Literacy" untersucht das Bestehen und die Zusammenhänge dieser Form des visuellen Verständnisses, bleibt jedoch oft implizit und ist eng mit sozialen Zugehörigkeitsgefühlen und Identitätsarbeit verknüpft.

Einen transnationalen Zugang bietet die Arbeit von Hallinan, Jiménez-Martínez und Sang (2021), die soziale Medien als mediale Genres verstehen, deren symbolische Bedeutungen in verschiedenen Kulturen unterschiedlich ausverhandelt werden. Diese Perspektive erlaubt es, visuelle Social-Media-Trends nicht nur als Inhalte, sondern als kulturell codierte Ausdrucksformen zu analysieren. Die Plattformlogik, das Interface-Design und die Nutzerpraktiken erzeugen gemeinsam eine ästhetisch aufgeladene Mediumgebung, in der Trends wie die *Clean Girl Aesthetic* oder *Gorpcore* entstehen und rezipiert werden. Die Autoren plädieren dafür, soziale Medien nicht lediglich in technischer und funktionaler Hinsicht zu analysieren, sondern sie auch unter symbolischen, kulturellen und ideologischen Gesichtspunkten zu untersuchen. (Hallinan, Jiménez-Martínez & Sang, 2021)

In Bezug auf die Trendverbreitung zeigt Chauhan (2024), dass soziale Medien nicht nur als Plattformen für ästhetische Repräsentation, sondern auch als Motoren für Konsumverhalten wirken. In einer Mixed-Methods-Studie wurden Einflussfaktoren wie Algorithmen, Influencer und virale Dynamiken untersucht. Insbesondere FOMO („Fear of Missing Out“), soziale Vergleichsprozesse und die visuelle Attraktivität der Inhalte werden als zentrale Treiber für Trendadaption identifiziert. Nutzungsverhalten wird hier maßgeblich motiviert durch das Bedürfnis nach Individualität, Zugehörigkeit und Inspiration, sowie Selbstdarstellung und soziale Verbindung.

Kaur und Anand (2023) verdeutlichen darüber hinaus, dass die Kaufabsicht im Modekontext signifikant durch Faktoren wie Glaubwürdigkeit, Authentizität und parasoziale Beziehungen zu Influencer:innen beeinflusst wird. Die Ergebnisse ihrer quantitativen Analyse legen nahe, dass insbesondere junge Konsument:innen stark auf visuelle und affektive Hinweise reagieren, was sich unmittelbar in ihrer Bereitschaft zur Trendnachahmung niederschlägt. Dabei zeigt sich, dass Attraktivität nicht allein ausschlaggebend ist, aber in Kombination mit wahrgenommener Glaubwürdigkeit einen positiven Effekt entfalten kann.

In eine ähnliche Richtung argumentieren Upagna und Gaikwad (2024), die sich mit der Wirkung von Beauty-Inhalten auf Social Media auf das Selbstbild und Konsumverhalten junger Frauen befassen. Sie zeigen, dass Plattformen wie Instagram oder YouTube nicht nur Inspirationsquelle, sondern auch Quelle emotionaler Belastung sein können. Nutzer:innen berichten über widersprüchliche Gefühle wie Bewunderung und Selbstzweifel, was die psychologische Wirkung ästhetischer Trends besonders ambivalent erscheinen lässt. Dabei zeigt sich ein klarer Zusammenhang zwischen dem Konsum digitaler Schönheitsinhalte und der Internalisierung normativer Schönheitsideale.

Diese Befunde lassen sich auch im Kontext von Wang (2023) interpretieren, der in einer systematischen Untersuchung aufzeigt, dass Social Media tiefgreifende Auswirkungen auf das Konsumverhalten hat. Neben personalisierter Werbung und Influencer-Marketing spielen hier vor allem soziale Vergleichsprozesse, digitale Anerkennung und die kuratierte Selbstinszenierung eine zentrale Rolle. Trends dienen nicht nur der Orientierung, sondern werden zu Ausdrucksformen sozialer Identität und Distinktion.

Die Studie von Zhang und Ng (2023) erweitert den empirischen Horizont, indem sie die Wechselwirkungen zwischen Online-Trends, wie Twitter-Hashtags und persönlichen bzw. kollektiven Handlungsmustern analysiert. Die Ergebnisse zeigen, dass Trends auf sozialen Medien nicht nur Repräsentationen, sondern handlungsleitende Mechanismen darstellen, die kollektives Verhalten beeinflussen können, sowohl auf gesellschaftlicher als auch auf individueller Ebene.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass empirische Studien zeigen, dass soziale Medien eine zentrale Rolle in der ästhetischen Selbstverortung junger Erwachsener spielen. Während frühere Forschung insbesondere Nutzungsbedürfnisse wie Unterhaltung, Selbstdarstellung oder soziale Interaktion hervorhob, richten neuere Studien den Fokus zunehmend auf ästhetische Medienkompetenz, emotionale Reaktionen und soziale Dynamiken. Es wird deutlich, dass visuelle Trends auf Plattformen wie Instagram oder TikTok nicht nur rezipiert, sondern aktiv in alltägliche Lebenspraktiken übersetzt werden. Einflussfaktoren wie Plattformlogik, Algorithmendynamiken, Influencer-Marketing sowie parasoziale Beziehungen wirken dabei handlungsleitend. Gleichzeitig zeigt sich eine ambivalente psychologische Wirkung, insbesondere durch soziale Vergleichsprozesse und internalisierte Schönheitsideale. Visuelle Social-Media-Trends fungieren somit als kulturell codierte Ausdrucksformen, die Konsumverhalten, Identitätsarbeit und kollektive Handlungen gleichermaßen beeinflussen. Die konkrete Motivation zur bewussten Integration solcher Ästhetiken in das eigene Leben, insbesondere im Lichte der Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012), etwa im Hinblick

auf Autonomie, Kompetenz und soziale Eingebundenheit, bleibt jedoch ein bislang wenig erforschtes Feld.

3. Forschungslücke

Die Nutzung sozialer Medien durch junge Erwachsene wurde in den vergangenen Jahren also bereits intensiv erforscht. Diese Untersuchungen bleiben allerdings auf der Ebene der konkreten Mediennutzung, wie im Falle der Forschungen im Rahmen des Uses and Gratifications Ansatzes oder des bewussten Umgangs mit visuellen Codes in Form einer ausgeprägten ästhetischen Medienkompetenz wie der „Life Aesthetic Literacy“. (Mull & Lee, 2014; Erz, Marder & Osadchaya, 2018; Pan & Lee, 2024) Auch wurde die Medienwirkung im Rahmen der Plattformlogiken, Influencer-Dynamiken, Sichtbarkeit und Verbreitung spezifischer visueller Ästhetiken durch algorithmisch gestützte Inhalte untersucht und wie diese sich auf Identitätsarbeit, Gruppenzugehörigkeit und Konsumententscheidungen auswirken. Visuelle Trends, wie beispielsweise die *Clean Girl Aesthetic* oder *Gorpcore*, fungieren dabei nicht nur als modische Ausdrucksformen, sondern werden als kulturell codierte Handlungsanleitungen verstanden. (Hallinan et al., 2021; Kaur & Anand, 2023; Zhang & Ng, 2023; Wang, 2023; Chauhan, 2024)

Es bleibt jedoch unklar, welche konkreten motivationalen Prozesse dazu führen, dass junge Erwachsene diese Ästhetiken aktiv in ihr Alltagsleben integrieren, warum sie sich beispielsweise für einen bestimmten Kleidungsstil entscheiden, sich bestimmte Beschäftigungen suchen, ihren Lebensstil gestalten oder sich selbst entsprechend eines ästhetischen Stils auf den sozialen Medien darstellen. Während bestehende Studien Rezeption, Inspiration und medienbezogene Affordanzen beleuchten, wird die Frage nach der intrinsischen oder extrinsischen Motivation zur Trendorientierung, insbesondere im Lichte der Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012), bislang kaum gestellt. Die psychologischen Vorgänge zwischen Mediennutzung und Medienwirkung bleiben in diesem Rahmen weitestgehend unerforscht.

Gerade in Anbetracht widersprüchlicher Wirkungen, zwischen Zugehörigkeit und emotionaler Belastung, zwischen Selbstentfaltung und normativer Anpassung eröffnet sich eben genau in diesen internalen Prozessen eine relevante Forschungslücke: Wie motivieren soziale Medien junge Erwachsene dazu, visuelle Ästhetiken nicht nur zu rezipieren, sondern aktiv in ihren Lebensstil zu integrieren? Hier setzt die vorliegende Arbeit an, um zu

untersuchen, welche motivationalen Mechanismen hinter der Übernahme von populärer Ästhetiken durch junge Erwachsene tatsächlich wirksam werden.

4. Ziel der Forschung

Ziel dieser Masterarbeit ist es, explorativ zu untersuchen, welche Motivationsmechanismen der Übernahme ästhetischer Inhalte aus sozialen Medien in die eigene Lebenswelt zugrunde liegen. Dabei soll ein Beitrag zum besseren Verständnis der Zusammenhänge zwischen Mediennutzung und Medienwirkung im Kontext spezifischer, auf Plattformen zirkulierender ästhetischer Ausdrucksformen, geleistet werden. Angesichts der Vielzahl komplexer ästhetischer Trends und sozialer Formierungen, die auf sozialen Medien zirkulieren, konzentriert sich diese Arbeit exemplarisch auf die zwei besonders präsenten Trendströmungen der *Clean-Girl-Ästhetik* und *Gorpcore*. Durch die Eingrenzung kann der Untersuchungsrahmen klar definiert und systematisch eingegrenzt werden. Die Zielgruppe der jungen Erwachsenen bezieht sich im Rahmen dieser Untersuchung auf die Generation Z, da diese Altersgruppe eine besondere Affinität zur Nutzung sozialer Medien zeigt (Gadringer et al., 2024).

5. Beschreibung zentraler Konstrukte

Im Folgenden werden alle Begriffe, die in der vorliegenden Arbeit von Bedeutung sein werden, beschrieben und definiert.

5.1 Lebenswelt

Die Lebenswelt der Menschen, das, was sie als ihre Realität erfahren, stellt keine objektive Abbildung der Wirklichkeit dar, sondern beruht auf subjektiven Konstruktionen individueller Wahrnehmung. Der Begriff einer Lebenswelt geht ursprünglich auf Husserl (1954) und die späthänomenologische Philosophie zurück, wurde von Habermas (1981) in die Kommunikationswissenschaft und von Schütz und Luckmann (2003) in die Sozialwissenschaften eingeführt.

Husserl (1954) begreift die Lebenswelt als die selbstverständliche, vor-reflexive Welt, in der wir leben, handeln, wahrnehmen und urteilen, noch bevor wir sie wissenschaftlich, theoretisch oder objektivierend analysieren. Wissenschaft ist jedoch nicht abgekoppelt von der

Lebenswelt, sondern mit ihr verflochten. Schütz und Luckmann (2003) definieren den Begriff daraufhin nicht auf das Verhältnis von Wissenschaft und Menschen, sondern als die selbstverständliche Alltagswelt, in der wir als handelnde und verstehende Subjekte leben.

Habermas (1981) verlagert den Begriff in die Kommunikationswissenschaften und versteht, die von ihm benannte Lebenswelt als das Hintergrundsystem aus geteiltem Wissen, kulturellen Normen und sozialen Erwartungen, die Menschen benötigen, um sich verständigen zu können. Sie bildet den impliziten Horizont, in dem Kommunikation sinnvoll und verständlich wird. Die Lebenswelt besteht aus den Komponenten Kultur als geteiltem Wissen, Gesellschaft als legitimer sozialer Ordnung sowie Persönlichkeit, die mit individuellen Rollen und Interaktionsfähigkeiten verknüpft ist. (Habermas, 1981) Der Mensch ist also strukturgekoppelt an seine Umwelt, wobei Wahrnehmung subjektiv ist, aber nicht beliebig, sondern an bestimmte Systematiken und Ordnungen geknüpft. Habermas (1981) sowie Schütz und Luckmann (2003) beziehen sich in ihren Definitionen vor allem auf allgemeine Handlungsmuster und Kommunikation, gehen jedoch nicht näher auf das individuelle Erleben der eigenen Realität ein. Einen passenderen Ansatz liefert hier Kraus (2015).

Kraus (2015) differenziert die beiden Begriffe der Lebenslage und Lebenswelt. Dabei entspricht die Lebenslage den objektiven, materiellen und immateriellen Lebensbedingungen eines Menschen. Dies entspricht beispielweise Einkommen, Wohnverhältnisse oder soziale Netzwerke. Die umfasst die Umstände, die die Basis des eigenen Lebens bilden. Die Lebenswelt hingegen ist das subjektive Wirklichkeitskonstrukt, das der Mensch individuell unter Einfluss seiner Lebenslage bildet. Die Lebenswelt dabei nicht beobachtet werden, sondern sich nur angenähert werden, durch die Beobachtung der vorherrschenden Kommunikation, durch reflektiertes Betrachten der Lebenslage und die Reflektion darüber, dass die Sichtweise eines anderen nie vollständig erfassbar ist. Kommunikation bleibt dabei auch nur bedingt zugänglich. Die individuelle Erfahrung selbst bleibt zentral, ist aber eben nicht direkt beobachtbar. Kraus (2015) gliedert in drei Aspekte des menschlichen Lebens. Das *Life we live* bildet das physische, biologische Leben, also unseren Körper und Gesundheit als Basis des Lebens. Das *Live we experience* bildet dann das subjektive Erleben im Rahmen unserer Psyche und inneren Wirklichkeit. Das *Life we communicate* ist das, was in Form von Sprache, Verhalten und Ausdruck nach Außen kommuniziert wird. An dieser Stelle wird klar, dass Kraus' (2015) Verständnis von Lebenswelt über das kommunikative von Habermas (1981) und soziale von Schütz und Luckmann (2003) hinaus geht und das miteinbezieht, was das Individuum selbst als sein eigenes Leben und Erleben definiert. Da sich in dieser Arbeit mit motivationalen Beweggründen befasst wird, die in einer individuellen Erfahrung und

Gestaltung der Lebenswelt gründen, ist der von Kraus (2015) entwickelte Begriff der passendste, in dessen Verständnis wir uns fortan bewegen werden.

5.2 GenZ

Die Generation Z, umgangssprachlich auch Gen Z genannt, umfasst in der Regel die zwischen Mitte der 1990er- und den frühen 2010er-Jahren Geborenen. In der wissenschaftlichen Literatur wird die Alterszuordnung der Generation Z nicht einheitlich definiert. Die genauen Jahrgänge variieren je nach Quelle in einem begrenzten Rahmen. Für die vorliegende Arbeit erfolgt deshalb eine pragmatische Eingrenzung der Generation auf Personen im Alter von 18 bis 29 Jahren im Erhebungsjahr 2025.

Die Gen Z entwickelt sich zunehmend zu einer prägenden Kraft im Bildungswesen, auf dem Arbeitsmarkt und im Konsumbereich. Forschungsergebnisse heben hervor, dass die GenZ durch besondere Werte, Verhaltensweisen und Erwartungen geprägt ist, die sich von früheren Generationen unterscheiden und derzeit Institutionen, Arbeitswelten und die digitale Kultur maßgeblich beeinflussen. Die Generation Z ist stark mit Technologie und sozialen Medien verbunden und nutzt diese Plattformen intensiv zur Selbstdarstellung, zur Entwicklung kollektiver Identitäten sowie zur Kommunikation. (Stahl & Literat, 2022)

Der Digital News Report verdeutlicht zudem die altersgruppenspezifische Nutzung sozialer Netzwerke und zeigt, dass vor allem visuelle Plattformen, die häufig zur Inspiration sowie zur Konstruktion des eigenen Selbstbildes dienen, besonders stark von der Generation Z genutzt werden. So verwenden 85 % der 18- bis 34-Jährigen Instagram, während TikTok von 45,8 % dieser Altersgruppe genutzt wird. Auch Pinterest erfährt in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen eine zunehmende Wiederentdeckung. (Gadringer et al., 2024)

5.3 Social-Media-Ästhetiken

Soziale Medienplattformen eröffnen ein breites Spektrum an Zugängen zu vielfältigen ästhetischen Inhalten (Pan & Lee, 2024). Viele dieser Inhalte konstituieren sich durch algorithmische Logiken und Sichtbarkeiten in Trendform (Schmidt & Taddicken, 2022).

Dabei ist Trendbildung ein kollektiv-soziales Phänomen, bei dem temporär besonders prominente Themen aus der Masse der Beiträge herausragen und starkes Nutzerinteresse generieren. Diese werden als *Trending Topics* häufig sichtbar auf Echtzeit-Feeds. Ein Begriff, Hashtag oder eine überdurchschnittliche Aktivität auf einem Beitrag trägt dazu bei, dass diese

als *trending* ausgewiesen werden. (Asur & Huberman, 2011) Dabei entwickeln sich durch die hohe Relevanz visueller Inhalte auf den Sozialen Medien bestimmte ästhetische Stile, Bildsprache und Inszenierungsformen, die eine Inspirationsgrundlage für diverse Lebensbereiche bieten kann. (Pan & Lee, 2024) Trending wird ein solcher ästhetischer Stil, wenn der Konsum dieser Inhalte persistent ist, das heißt über einen längeren Zeitraum als Trending Topic sichtbar bleibt. Charakteristisch ist auch, dass die Popularität des Trends abfällt, nachdem das Thema seinen Peak erreicht hat. Eine Social-Media-Ästhetik ist demnach ein visuelles Muster, das durch kollektive Nutzeraufmerksamkeit geformt wird, wobei seine Sichtbarkeit, Verbreitung und Vergänglichkeit maßgeblich von thematischer Aktualität und emotionaler Resonanz bestimmt werden. (Asur & Huberman, 2011)

5.3.1 Gorpcore

Der Gorpcore-Stil ist ein paradigmatisches Beispiel für eine visuelle Ästhetik, die in sozialen Medien verbreitet ist. Es handelt sich um eine modische Strömung, die funktionale Outdoor-Bekleidung in urbanen Alltagskontexten ästhetisch neu interpretiert und inszeniert. Der Begriff, geprägt von Modejournalisten Jason Chen im New York Magazine im Jahr 2017, setzt sich aus der Abkürzung „Gorp“ („Good Old Raisins and Peanuts“) – einem typischen Wandersnack – und dem Suffix „-core“ zusammen, das auf stilistische Subkulturen und Mikrotendenzen hinweist. (Chen, 2017) Zentrales Merkmal dieser Ästhetik ist die bewusste Aneignung technischer Funktionskleidung, wie Hardshelljacken, Fleecewesten oder Trailrunning-Sneaker, die ursprünglich für den Outdoor-Einsatz konzipiert wurden, nun jedoch als Ausdruck von stilisierter Funktionalität, Naturverbundenheit und urbaner Coolness neu codiert werden. (Cartner-Morley, 2021) In diesem Zusammenhang übernehmen Marken wie Arc'teryx, Patagonia oder The North Face die Rolle visueller Träger semantischer Bedeutungen und kennzeichnen die Zugehörigkeit zu einer Konsumkultur, die sich durch eine Affinität zur Technologie und einen Fokus auf Nachhaltigkeit auszeichnet. (Highsnobiety, 2022) Die verstärkte Sichtbarkeit und Popularisierung dieser Ästhetik ist wesentlich den dynamischen Logiken sozialer Medien zu verdanken, in denen visuelle Stilformen algorithmisch aggregiert, kuratiert und im Sinne eines Trends weiter verbreitet werden. Gerade im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie, in der Natur- und Outdoor-Erfahrungen als alternative soziale Räume etabliert wurden, wurde Gorpcore relevant als Ausdruck eines pragmatischen und gleichzeitig modisch codierten Lebensstils. Die visuelle Darstellung von Gorpcore auf Plattformen wie Instagram oder TikTok, beispielsweise durch die Kombination von Performance-Wear mit Streetwear-Elementen, trug zur ästhetischen Ausdifferenzierung und

globalen Rezeption des Stils bei. Gorpcore kann, wie in 5.3 erläutert, als eine plattformvermittelte Social-Media-Ästhetik betrachtet werden, deren Rezeption und Weiterentwicklung maßgeblich von kollektiver Aufmerksamkeit, visueller Referenzialität und den Dynamiken digitaler Trendzirkulation beeinflusst wird.

5.3.2 Clean Girl Ästhetik

Die *Clean Girl Aesthetic* ist ein weiterer zeitgenössischer visueller Stil, der auf sozialen Medien durch ein makellooses, gepflegtes und bewusst minimalistisches Erscheinungsbild geprägt ist. Zentrale Elemente sind glatte, zurückgekämmte Frisuren, dezent glänzende Haut („glowy skin“), neutral getöntes Make-up sowie schlichte Kleidung in Erdtönen, häufig ergänzt durch goldenen Schmuck. Dieser Trend wurde maßgeblich durch Social-Media-Plattformen wie TikTok verbreitet und durch prominente Persönlichkeiten wie Hailey Bieber oder Bella Hadid popularisiert. (Cartner-Morley, 2022; Ford, 2022)

Als visuelle Darstellung von Kontrolle, Ästhetik und weiblicher Selbstinszenierung steht die *Clean Girl Aesthetic* zugleich im Spannungsfeld zwischen Empowerment und der Reproduktion restriktiver Schönheitsideale. Kritiker bemängeln, dass dieser Trend ein Körperbild fördert, das auf eurozentrischen, heteronormativen und klassistischen Normen basiert und somit marginalisierte Identitäten ästhetisch ausschließt (Ford, 2022). Zudem wird argumentiert, dass die Ästhetik durch ihre Betonung von Reinheit und Minimalismus einen unrealistischen Perfektionsdruck erzeugt, der insbesondere junge Frauen zu einer ständigen Selbstoptimierung drängt. (Wiseman, 2024)

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die Kommerzialisierung und Standardisierung von Schönheit, die durch diesen Trend verstärkt wird. Die Homogenität der dargestellten Bilder führt zu einer Verengung des Schönheitsbegriffs und kann das Selbstwertgefühl von Individuen beeinträchtigen, die nicht diesem Ideal entsprechen. (Wiseman, 2024) Insgesamt lässt sich die *Clean Girl Aesthetic* als Ausdruck ambivalenter Selbstoptimierung begreifen, die sowohl Möglichkeiten der Selbstverwirklichung bietet als auch normative Schönheitsstandards reproduziert. Trotz dieser kritischen Stimmen ist die *Clean Girl Aesthetic* einer der größten Social-Media-Trends der letzten Jahre.

5.3.4 Auswahl der beiden Ästhetiken

Die Auswahl der Ästhetiken *Clean Girl* und *Gorpcore* basiert auf ihrer hohen Sichtbarkeit und Relevanz in digitalen Plattformkulturen. Wie Studien zeigen, beeinflussen visuelle Trends auf TikTok, Instagram und Co. nicht nur die Wahrnehmung von Schönheits-

und Lifestyleidealen. (Upagna & Gaikwad, 2024; Pan & Lee, 2024) Sie dienen auch der symbolischen Verortung innerhalb sozialer Gruppen. (Bourdieu, 1991; Brewer, 1991) Journalistische Beobachtungen bestätigen die virale Verbreitung und kollektive Aneignung beider Ästhetiken, was ihre Relevanz als Untersuchungs-gegenstand untermauert. (Cartner-Morley, 2021, 2022)

6. Theoretische Fundierung

Im Folgenden werden zunächst kontextualisierende Rahmenkonzepte vorgestellt, die das Feld abstecken, innerhalb dessen die Self-Determination-Theory zur Anwendung kommt. Sie markieren den theoretischen Bezugsrahmen, in dem die Motivationsmechanismen zur Adaption von Social-Media-Ästhetiken untersucht werden sollen. Abschließend wird dann die Self-Determination-Theory selbst dargelegt, die das zentrale Untersuchungskonstrukt der Arbeit bildet.

6.1 Kontextualisierende Rahmenkonzepte

Zu den zunächst kontextualisierende Rahmenkonzepte gehören Bordieus Kapitaltheorie (1983), um zu zeigen, wie sich soziale Strukturen und ihre Wirkungsmechanismen verhalten. Luhmann (1997) und Becker (1982) zeigen mit ihren Theorien dann, wie sich Gruppendynamiken in diesen Strukturen formieren und bewegen. Brewer (1991) und Ellemers und Haslam (2012) zeigen mit Distinctiveness und Self Identity Theory auf, wie Individuen sich in diesen Gefügen verorten und bewegen. Auch der Einfluss der sozialen Medien in diesem Kontext wird thematisiert. Dies wird dargelegt, damit ein Verständnis dafür ausgebaut werden kann, wie Motivationsmechanismen in diesen Gefügen wirken.

6.1.1 Bourdieus Kapitaltheorie und die Strukturierung der sozialen Welt

Um zu untersuchen, wie sich Individuen identitär verorten, ist es zunächst von Bedeutung sich der Struktur der sozialen Welt anzunehmen. Nach Bourdieu (1983), gibt es bestimmte Strukturen, die Zugehörigkeiten in der Gesellschaft strukturieren. Um diese zu beschreiben, nutzt er den Kapitalbegriff, den er über die ökonomische Sphäre hinaus erweitert. Kapital ist für ihn eine akkumulierte Kraft, die in verschiedenen Formen auftreten kann und zur Strukturierung der sozialen Welt beiträgt. Kapital ist vererbbar, transformierbar und

reproduzierbar – insbesondere durch Institutionen und soziale Praktiken. Es beschreibt damit die Gesamtheit der gesellschaftlichen Austauschprozesse, die immer an das Selbst und den Körper gebunden bleiben. Bourdieu (1983) unterscheidet drei Hauptformen von Kapital. Diese werden im Folgenden zusammenfassend erläutert, um ein umfassendes Verständnis für das soziale Feld zu entwickeln, in dem sich Motivationen bewegen.

Ökonomisches Kapital

Die erste Form des Kapitals ist das ökonomische Kapital, das dem entspricht, was wir im klassischen Sinne unter Kapital verstehen. Es umfasst das Einkommen, in Form von regelmäßigen finanziellen Mitteln zur Deckung des Lebensunterhalts und das vorhandene Vermögen in Form von Sparguthaben, Immobilien, Aktien oder Ähnlichem zur Ermöglichung langfristiger Sicherheit. Außerdem umfasst es Produktionsmittel wie Eigentum an Fabriken, Maschinen, Land, Unternehmen und Dingen, die die Grundlage der Schaffung von wirtschaftlicher Kontrolle dienen sowie Konsumkapital, also Güter, wie Autos, Kleidung, Häuser oder Luxusgüter, die eine Statussymbolrolle einnehmen können. Ökonomisches Kapital ist direkt konvertierbar in Geld und bildet die Grundlage für Investitionen in andere Kapitalformen. Soziologisch gesehen ermöglicht es den Zugang zu Bildung und bestimmten sozialen Gruppen, reproduziert durch die Weitergabe von ökonomischem Kapital über Generationen aber auch soziale Ungerechtigkeiten. Es bestimmt maßgeblich, wer die Zeit und Mittel hat, anderes Kapital zu akkumulieren und Zugriff auf bestimmte Handlungsfelder erlangt. In vielen Bereichen des gesellschaftlichen Handelns, wie Politik, Kunst und Bildung, stellt ökonomisches Kapital eine entscheidende Ressource dar, um Teilhabe zu ermöglichen und privilegierte Positionen zu erlangen. (Bourdieu, 1983)

In dieser Darlegung zeigt sich die Kraft, die von der Akkumulation von Kapital ausgeht. Nach Bourdieu (1983) braucht der Ausbau von Kapital vor allem Zeit und spricht bei diesem Prozess von einer allgemeinen „Überlebenstendenz“ (S.183), die sich durch das andauernde Konstruieren und Neu-Konstruieren von Kapitalstrukturen äußert. Ökonomisches Kapital wird dabei wiederholend in kulturelles und soziales Kapital konvertiert. Kapital als steuernde Kraft sozialer Prozesse sichert damit die gesellschaftlichen Strukturen und das fortwährende Funktionieren der sozialen Realität. (Bourdieu, 1983)

Kulturelles Kapital

Die zweite Form des Kapitals ist das kulturelle Kapital. Es ist das Ergebnis langfristiger Investitionen in die eigene Person. Es beinhaltet internalisiertes Wissen, kognitive

Kompetenzen, unterschiedliche Sprachstile, ästhetische Vorlieben, den Habitus als Teil der eigenen Person und formale Qualifikationen, deren gesellschaftliche Bewertung variiert. Das kulturelle Kapital spielt eine entscheidende Rolle für die soziale Positionierung, da es in vielen Bereichen als legitime Grundlage für Anerkennung angesehen wird.

Da es direkt an die Person gebunden ist, die sich über Zeit bestimmte Fähigkeiten und Umgangsweisen angeeignet hat, ist diese Form des Kapitals nicht übertragbar oder vererbbar wie Eigentum. Es erfordert eben eine persönliche Aneignung und Kultivierung. (Bourdieu, 1983)

Bourdieu (1983) unterteilt kulturelles Kapital dabei in drei Erscheinungsformen. Inkorporiertes kulturelles Kapital beschreibt nach Bourdieu (1983) durch Sozialisation verinnerlichte Dispositionen von Körper und Denken, die nicht übertragbar sind. Dazu zählen etwa Sprachgewandtheit, Allgemeinbildung, Geschmack oder Körpersprache. Es entsteht durch einen langfristigen Aneignungsprozess, geprägt von Erziehung, Lebensbedingungen und sozialem Umfeld, und manifestiert sich im Habitus. Dieser wirkt unbewusst, bestimmt Stil, Vorlieben und Sprachgebrauch und erscheint oft angeboren, ist jedoch das Ergebnis sozialer Prägung. Kinder aus privilegierten Milieus erwerben so früh bestimmte kulturelle Muster, die als selbstverständlich empfunden werden und soziale Ungleichheit reproduzieren. Ihre Weitergabe erfolgt indirekt über Werte, Dispositionen und Praktiken an nachfolgende Generationen.

Bourdieu (1983) bezeichnet die zweite Form des kulturellen Kapitals als objektiviertes kulturelles Kapital und beschreibt dabei materielle Träger kultureller Bedeutung wie Bücher, Kunstwerke oder technische Geräte. Diese Objekte verkörpern gesellschaftlich bewertete Inhalte, etwa Bildung oder Status, und können vererbt oder weitergegeben werden. Ihr sozialer Nutzen entsteht jedoch nur, wenn die Besitzenden über das nötige inkorporierte kulturelle Kapital verfügen, um sie sinnvoll zu nutzen. Der Besitz allein garantiert keine kulturelle Kompetenz, sondern verweist oft auf vorhandenes ökonomisches oder inkorporiertes Kapital. Zudem erfordert die Aneignung solcher Güter meist ökonomische Ressourcen und kann so soziale Ungleichheit reproduzieren. Diese Verbindung zwischen Können und Verfügbarkeit ökonomischer Ressourcen birgt ein Potenzial zur Umwandlung in weiteres Wissen und zurück in ökonomisches Kapital.

Die dritte Form des kulturellen Kapitals ist das institutionalisierte kulturelle Kapital und bezeichnet formale Anerkennungen durch Institutionen wie Schulen, Universitäten oder Berufsverbände. (Bourdieu, 1983) Es manifestiert sich in Bildungstiteln, Zertifikaten oder Diplomen, die Leistungen standardisieren, vergleichbar machen und als Legitimation von

Bildungs- und Berufswegen dienen. Kulturelles Kapital wird so in eine strukturierte, standardisierte Form gegossen, die eine zentrale Rolle in der Verteilung von Chancen spielt. Solche Titel sind gut in ökonomisches Kapital konvertierbar, da sie oft zu besser bezahlten Tätigkeiten führen. Der Erwerb hängt jedoch häufig vom vorhandenen inkorporierten kulturellen Kapital ab. Neben ihrem materiellen Nutzen haben sie auch symbolische Wirkung, indem sie Status, Autorität und Glaubwürdigkeit verleihen. Dabei werden informelle Fähigkeiten ohne institutionelle Bestätigung gesellschaftlich geringer bewertet.

Bourdieu (1983) zufolge sind individuelle Leistungen und soziale Positionen nicht unabhängig vom Kapitalbestand der Akteur:innen zu verstehen, sondern resultieren wesentlich aus dem Zusammenspiel ökonomischer, kultureller und sozialer Ressourcen, wobei letzteres die dritte Kapitalform Bourdieus in den Blick rückt.

Soziales Kapital

Die dritte Form des Kapitals, ist das soziale Kapital. Es umfasst nach Bourdieu (1983) aktuelle und potenzielle Ressourcen, die aus der Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen und Netzwerken entstehen. Es basiert auf Vertrauen, gegenseitiger Anerkennung und Verpflichtung und zeigt sich in Beziehungen wie Freundschaften, Familienbindungen, institutionellen Zugehörigkeiten oder Vereinsmitgliedschaften. Soziales Kapital beruht nicht auf formalen sozialen Kontakten, sondern entfaltet sich insbesondere durch emotional und normativ geprägte Beziehungen, die durch Vertrauen, Reziprozität und Loyalität strukturiert sind. Solche Netzwerke ermöglichen den Zugang zu Informationen, Unterstützung, beruflichen Chancen oder Schutz und dienen damit der Ressourcenmobilisierung. Soziales Kapital ist kollektiv organisiert. Es ist also nicht rein individuell, sondern bestimmte Gruppen formen durch ihren Zusammenhalt eine Kraft, um Einfluss und interne Vorteile abzusichern. Damit tragen Ein- und Ausschlussmechanismen weiter zur Reproduktion sozialer Ungleichheit bei. Privilegierte Akteur:innen verfügen oft über einflussreiche Netzwerke, die Zugang zu ökonomischem und kulturellem Kapital, lukrativen Positionen oder exklusiven Bildungsinstitutionen verschaffen. Die Zugehörigkeit zu angesehenen Gruppen stiftet zudem Prestige und erfordert kontinuierliche Beziehungsarbeit, wodurch bestehende Strukturen fortlaufend gefestigt werden.

Die Art und Weise, wie Individuen ihre soziale Identität formen und sich selbst gesellschaftlich positionieren, steht in enger Wechselwirkung mit den jeweiligen Bedingungen ihrer Kapitalformen. Die Struktur der sozialen Welt, die sich durch die Konstitution der Kapitalformen ergibt, produziert sich durch die andauernde Re-Konstruktion des Kapitals wiederholend selbst. Die zuvor erwähnte Tendenz zur Selbstreproduktion verweist auf die

strukturelle Eigendynamik gesellschaftlicher Formationen, die durch wechselseitige Rückkopplungen ihre bestehenden Ordnungen festigen und fortschreiben. Dies äußert sich zunächst in privilegierten frühen Sozialisierungsprozessen und einem daraus resultierenden internalisierten Habitus. Dadurch wird ein erleichterter Zugang zu kulturellem Kapital in all seinen drei Ausprägungen sowie zu stärkeren sozialen Netzwerken ermöglicht. Ökonomische, soziale und kulturelle Bedingungen prägen, welche gesellschaftlichen Strukturen Akteure:innen zugänglich sind und welche Formen der Zugehörigkeit oder Abgrenzung möglich erscheinen. (Bourdieu, 1983)

6.1.2 Gruppendynamiken in sozialen Strukturen

Bourdieu (1983) liefert mit den oben erläuterten Gefügen eine Erklärung für die wirkenden Kräfte in sozialen Strukturen. Doch wie formieren sich Gruppen innerhalb dieser Gefüge? Hierfür bietet Luhmann (1997) mit seiner systemtheoretischen Differenzierung von Teilsystemen und den Inklusions- und Exklusionsmechanismen ein theoretisches Konzept, das die zugrunde liegenden Strukturen funktionaler Zugehörigkeit erklärt. Becker (1984) ergänzt diese Perspektive, indem er den Begriff der Konventionen als sozial etablierte Handlungserwartungen einführt, die den Zugang zu und die Anerkennung innerhalb von Gruppen regulieren. Marx (2022) erweitert diese Überlegungen, indem er mit Beckers Konventionsbegriff Rückbezüge zur Kapitaltheorie Bourdieus (1983) zieht, woraus sich ein rundes Verständnis von Gruppenformationen und den Mechanismen der Zugehörigkeit ergibt. Diese Ansätze werden im Folgenden näher erläutert.

Luhmanns systemtheoretische Inklusions- und Exklusionstheorie

Luhmann (1997) beschreibt die moderne Gesellschaft als funktional differenziert in autonome Teilsysteme wie Recht, Politik oder Bildung, die sich autopoietisch über eigene Kommunikationslogiken, sogenannte Leitdifferenzen, reproduzieren. Diese Leitdifferenzen sind binäre Unterscheidungen. Sie bestimmen über Zugehörigkeit oder Ausschluss und strukturieren damit Kommunikation, Selektion und formen die operative Geschlossenheit der Systeme. Auf externe Einflüsse reagieren Systeme ausschließlich innerhalb ihrer eigenen Logik. Die Theorie von Inklusion und Exklusion erklärt, warum Individuen je nach Vorhandensein bestimmter Merkmale oder Ressourcen Zugang zu einem Funktionssystem erhalten oder nicht. Diese Merkmale lassen sich an Bourdieu (1983) anknüpfend als ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital fassen. Inklusion bedeutet Partizipation an der

Kommunikation eines Systems. Höheres Kapital kann dabei zu privilegierten Positionen führen und weiteren Kapitalaufbau begünstigen. Ein Kind, das zur Schule geht, ist etwa im Bildungssystem inkludiert, sodass es an der schulischen Kommunikation teilnehmen kann. Verfügt ein Kind zusätzlich über ein hohes Maß an ökonomischem und kulturellem Kapital, etwa durch sprachliche Kompetenzen oder die Bildungsnähe des Elternhauses, begünstigt dies nicht nur Inklusion im Bildungssystem. Es kann darüber hinaus auch eine besonders privilegierte Stellung ermöglichen, wie sie etwa mit dem Besuch einer elitären Privatschule verbunden ist. Exklusion hingegen resultiert aus dem Fehlen systemrelevanter Ressourcen. So kann eine obdachlose Person aufgrund mangelndem ökonomischen, sozialen und kulturellen Kapitals schwer in den Arbeitsmarkt integriert werden, da sie für die dort geltenden Selektionsmechanismen nicht anschlussfähig ist. (Luhmann, 1997) Exklusion ist dabei nicht Ausdruck individueller Diskriminierung, sondern eine systemimmanente Konsequenz gesellschaftlicher Strukturen als Folge funktionaler Differenzierung. (Bourdieu, 1983; Luhmann, 1997)

Beckers Begriff der Konventionen

Die Leitdifferenz, die bei Luhmann (1997) über die Inklusion oder Exklusion in Gruppen und Teilsystemen entscheidet, beschreibt Becker (1982) aus einer soziologischen Perspektive differenzierter als Konventionen. Diese beschreibt er als historisch gewachsene, implizite Regeln, die Kooperation ermöglichen und zugleich soziale Ordnung sowie Erwartungssicherheit schaffen und die Produktion kultureller Symbole ermöglichen. Sie definieren, was innerhalb einer Gruppe als legitimes Handeln gilt und regulieren damit Zugehörigkeit und Abgrenzung nach außen. Dadurch wird ein reibungsloses Zusammenarbeiten innerhalb einer Gruppe ermöglicht. Konventionen sind keine festgeschriebenen Gesetze, sondern implizite Übereinkünfte, die sich durch wiederholte Praxis verfestigt haben. Sie eröffnen ein Handlungsfeld der Gruppe, grenzen es aber auch nach außen ab. Wer gruppeninterne Konventionen nicht befolgt, wird exkludiert. Diese Akteure, werden dann als störend, inkompetent oder nicht passend wahrgenommen. Die Festlegung von Konventionen ist also eine soziale Selektion, die nicht neutral bleibt, sondern soziale Strukturen weiter ordnet. Konventionen werden dabei nicht formal festgelegt, sondern sind ähnlich wie die Kapitalverteilungen nach Bourdieu (1983) ein Produkt sozialer Aushandlungsprozesse. Sie werden durch soziale Praktiken, Kommunikation und gemeinsame Erfahrung weitergegeben. Sie können sich durch technische Innovationen, neue ästhetische Strömungen und bewusste Regelbrüche verändern und sich in einem neuen Standard stabilisieren. Becker (1982) betont

außerdem, dass Konventionen, ähnlich wie Bourdieus (1983) Habitus, in der Praxis nicht immer bewusst reflektiert, sondern oft automatisiert und habitualisiert sind. Als internalisierte Form kollektiven Handelns prägen sie sowohl Kooperation als auch kulturelle Zugehörigkeit und ästhetische Wahrnehmung. (Becker, 1982)

Konventionen als Symbole der Zugehörigkeit

Marx (2022) beschreibt Konventionen als gruppenspezifische Normen, die nicht nur Zusammenarbeit, sondern auch Status und Anerkennung regulieren. Sie erscheinen oft willkürlich, sind aber Ausdruck kultureller Aushandlung und symbolischer Statusverteilung. Ein Beispiel dafür sind festgelegte Dresscodes. Ein formelles Event erfordert das Tragen eines Anzuges oder Ballkleides, obwohl dieses keine andere Funktion erfüllt als das Tragen einer Lederhose oder eines Dirndls auf einem Volksfest. Diese vermeidliche Willkürlichkeit ist allerdings ein zentraler Bestandteil menschlicher Erfahrung und Produkt kultureller Aushandlungsprozesse, die sich durch die andauernde kulturelle Produktion in allen Teilsystemen der Gesellschaft herausbildet. Konventionen binden sich an Lebensstil, Sprache, Auftreten und Konsumgewohnheiten und fungieren so als unsichtbare Selektionsinstanzen: Wer sie erfüllt, wird inkludiert, wer sie bricht, sozial abgewertet. Damit strukturieren sie Zugehörigkeit, Abgrenzung und Anerkennung auf mikrosozialer Ebene, ähnlich Luhmanns (1997) Leitdifferenzen, jedoch im Bereich von Alltagskultur und Ästhetik. (Marx, 2022) Individuen positionieren sich also auch ästhetisch in einem Feld aus gegebenen kapitalabhängigen Bedingungen, Teilsystemen mit Leitdifferenzen und Gruppenkonventionen, dessen Zugang entweder gegeben, selbst akkumuliert wird oder sich aktiv für entschieden werden muss. Auch Trends lassen sich damit als Konventionen verstehen: Sie markieren Gruppenzugehörigkeiten, spiegeln soziale Positionierungen und orientieren sich an kulturellen wie ästhetischen Präferenzen. Die Art und Weise, wie sich Individuen geben, sich kleiden oder sprechen, ist somit nicht zufällig, sondern steht in engem Zusammenhang mit sozialer Positionierung und dem Wunsch nach Anerkennung innerhalb spezifischer Konventionen. Konventionen fungieren damit als unsichtbare, jedoch wirkmächtige soziale Selektionsinstanzen, die durch stillschweigend geteilte Erwartungsstrukturen Zugehörigkeit ermöglichen oder verwehren. Das individuelle Selbstbild entwickelt sich dabei durch die selektive Übernahme und Umdeutung kollektiver kultureller Ausdrucksformen. Diese Dynamik prägt auch die Weise, wie sich soziale Gruppen konstituieren und welche Konventionen innerhalb dieser Gruppen vorherrschen. (Marx, 2022) In Bourdieus (1983) Sinne verkörpern sie kulturelles und soziales Kapital und fungieren als performative

Ausdrucksformen von Status und Zugehörigkeit. Lebensstil wird so zur Anforderung und Inszenierung sozialer Rangordnung. Individualität entsteht dabei nicht im Gegensatz zu Imitation, sondern durch selektive Aneignung kollektiver Muster. (Marx, 2022)

6.1.3 Verortung des Individuums

Die bisherigen Ausführungen verdeutlichen, wie sich Individuen in Gruppen bewegen und deren Strukturen entstehen. Im Folgenden wird darauf eingegangen, welche Prozesse auf individueller Ebene beim Bewegen innerhalb solcher Gefüge eine Rolle spielen.

Distinctiveness Theory

Wie bisher eingehend erläutert, definieren sich Gruppen über Konventionen, Marker und Kapitalverteilungen, während Individuen zwischen Zugehörigkeit und Eigenständigkeit balancieren (Brewer, 1991). Brewer (1991) postuliert in seiner Distinctiveness Theory, dass Menschen im Spannungsfeld aus Gruppensystemen bestrebt sind zwei gegenläufige Bedürfnisse auszubalancieren: Inklusion, als soziale Eingebundenheit und Distinktion als individuelle Einzigartigkeit nach denen der Mensch als evolutionär soziales Wesen strebt.

Beide Bedürfnisse stehen dabei in einem Gegensatz, wirken aber komplementär. Bei zu starker Inklusion entsteht das Bedürfnis nach Differenzierung und umgekehrt. Bevorzugt werden also Gruppenmitgliedschaften, die beides gleichzeitig ermöglichen: soziale Zugehörigkeit und Unterscheidbarkeit und dabei ausreichend inklusiv und distinkt sind. Diese benennt Brewer (1991) als *optimal distinctive groups*. Sie bieten optimale Identitätsbedingungen. Welche Zugehörigkeit als optimal empfunden wird, hängt vom Kontext, der Situation und persönlichen Erfahrungen ab. Eine optimale Balance ist nicht universell, sondern kontextbezogen. Identifiziert sich eine Person zum Beispiel als Psycholog:in, so ist dieser auf einer entsprechenden Konferenz nicht distinkt, in einer interdisziplinären Fakultät jedoch schon. Auch sind Bedürfnisse zeitlich veränderbar, das Maß an Inklusion und Distinktion kann also nach gemachten Erfahrungen variieren. Menschen können dabei zwischen Gruppen wechseln oder ihre Wahrnehmung von In- und Outgroup verändern. Die Sensitivität gegenüber Inklusions- und Distinktionsbedürfnissen unterscheiden sich zudem von Individuum und Kulturen. (Brewer, 1991)

Generell kann man jedoch sagen, dass Menschen Gruppen bevorzugen, die nicht zu groß, also nicht zu inklusiv und nicht zu klein, zu exklusiv, sind. Zudem zeigt sich auch, dass die Aktivierung eines Bedürfnisses, zum Beispiel durch gegebenes Feedback, zu einer

Anpassung des Selbstbildes führen kann. Besteht eine Inklusionsbedrohung wird sich stärker mit Gruppennormen identifiziert. Entsteht eine Distinktionsbedrohung ist eine Abgrenzung oder ein Fokus auf Einzigartigkeit die Folge. Auch verändert sich die soziale Wahrnehmung der In- und Outgroups mit Bedürfnislagen. Bei einem Inklusionsbedürfnis wird die Gruppenhomogenität überschätzt, bei einem Distinktionsbedürfnis wiederum werden Unterschiede zu Outgroups betont. Allgemein lässt sich sagen, dass Menschen Gruppen, Symbole oder Entscheidungen positiver bewerten, wenn diese ihren aktuellen Identitätsbedürfnissen entsprechen. Minderheiten zeigen meist einen stärkeren Ingroup-Bias, getrieben vom Bedürfnis nach positiver Abgrenzung. Mehrheiten entwickeln diesen nur unter äußerem Druck zur Identifikation. (Brewer, 1991)

Self Identity Theory

Menschen verorten sich dabei nicht nur als Individuum zwischen Gruppenzuordnung und Konstitution eines individuellen distinkten Selbstbildes, sondern die Gruppe wirkt auch auf das eigene Selbstbild zurück.

Nach der Self Identity Theory (Ellemers & Haslam, 2012) wird das soziale Selbstverständnis, also die Art und Weise, wie wir individuell denken, handeln und fühlen, maßgeblich durch Intergruppenbeziehungen geprägt. Unsere soziale Identität ist also der Teil des Selbstkonzepts, der aus der Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen und dem emotionalen Wert dieser Zugehörigkeit resultiert. Ein Teil unseres Selbst, unserer Individualität, definiert sich über die Zugehörigkeit zu Gruppen. Diese Gruppenzugehörigkeit erfüllt dabei nicht nur das Bedürfnis nach sozialer Verortung, sondern eben auch nach Selbstwert. Wird die Eigengruppe als minderwertig erlebt, greifen Mitglieder zu Strategien des Identitätsmanagements. Durch individuelle Mobilität versuchen Individuen sich von der negativ bewerteten Gruppe zu distanzieren, entweder durch symbolischen oder tatsächlichen Austritt oder durch Integration in eine höher bewertete Gruppe. Mittels sozialer Kreativität wird die eigene Gruppe neu gedeutet oder andere Merkmale betont. Der soziale Wettbewerb kann dabei durch kollektive Maßnahmen helfen, die bestehenden Statusverhältnisse zu verändern, wie etwa durch Proteste oder politische Forderungen nach Gleichstellung. Ziel bleibt stets die Sicherung positiver sozialer Identität und Selbstwert. Nach der Self Identity Theory lässt sich festhalten, dass Gruppenkonventionen nicht nur äußere Ordnungsstrukturen sind, in denen wir uns bewegen, sondern integrale Bestandteile des psychischen Selbst. Konventionen und Gruppenbindungen sind damit nicht nur äußere Rahmenbedingungen, sondern zentrale Bestandteile unseres Selbst. (Ellemers & Haslam, 2012)

6.1.4 Einfluss der Logik sozialer Medien

Medien übernehmen in den erläuterten Prozessen individueller Verortung in Gruppenformationen und sozialen Strukturen eine zentrale Vermittlungsfunktion. Konventionen und symbolische Codes innerhalb bestimmter Statusgruppen werden durch sie stärker sichtbar gemacht, reproduziert und verstärkt. Sie sind der Kommunikationskanal, indem sich Gruppen austauschen, formieren und weiterentwickeln. (Schmidt & Taddicken, 2022)

Mit dem Web 2.0 sind die sozialen Medien zu einem omnipräsenten Universal-medium geworden, das immer stärker durch eine visuelle Sprache geprägt ist. Mit dem Aufkommen sozialer Medien hat sich ein neues Handlungsfeld der Interaktion eröffnet, das durch das Erstellen, Veröffentlichen, Kommentieren, Annotieren, Weiterleiten, Abonnieren und Vernetzen von audiovisuellen Inhalten gekennzeichnet ist. (Schmidt & Taddicken, 2022) In diesem Rahmen hat sich das Motiv zur Informationskonsumption, das im Web 1.0 noch Hauptmotiv der Nutzung war, im Web 2.0 zunehmend zu einem dynamisch-partizipativen gewandelt. Soziale Medien fungieren dabei als technische Artefakte mit Aufforderungscharakter im Sinne des Affordance-Konzepts. (Gibson, 1986) Die spezifisch gestalteten Benutzeroberflächen und die damit verbundenen Human-Computer-Interaktionen sind zu soziologisch relevanten Mechanismen geworden, die das Medienhandeln strukturieren und integraler Bestandteil unseres sozial-kommunikativen Lebens geworden sind. Mediennutzung in sozialen Netzwerken ist nicht nur eine technische Bedienung, sondern eine soziale Praxis, die drei zentrale Aufgabenfelder umfasst: Identitätsmanagement, Beziehungsmanagement und Informationsmanagement. Alle drei Motive sind dabei eng verknüpft an die Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit und des Beziehungsgeflechts und gibt somit eine intrinsische Motivation zur Informationsaufnahme des Gezeigten und der Interaktion mit Inhalten. (Schmidt & Taddicken, 2022)

Durch die Auflösung einer getrennten Sender- und Empfängerrolle in den sozialen Medien hat die Partizipation neben dem persönlichen Austausch in einem medialen Raum ein neues Handlungsfeld erhalten. Sie ist dabei nicht nur zu einer Möglichkeit, sondern durch den Affordance-Charakter der sozialen Medien, zu einer formativen, konstitutiven Bedingung für die Existenz und Funktionsweise sozialer Medien und unserer sozialen Vernetzung als Individuen geworden. Mit ihnen haben wir eine Erweiterung unserer Handlungs- und Austauschspielräume direkt bei Hand, die unser unmittelbares Umfeld auf eine potenzielle weltweite Vernetzung extensiert. (Schmidt & Taddicken, 2022)

Im Sinne von Livingstone (2009) ist das Internet zur *meditisation of everything* geworden, zu einem gleichwertigen Lebensraum, der das Selbstverständnis einer ganzen Generation prägt. Wie der Digital News Report (2024) zeigt, sind dabei insbesondere junge Erwachsene betroffen. Für unsere persönliche Weiterentwicklung ist Kommunikation wichtig, und die online verfügbaren Aushandlungsprozesse machen dies einfacher als je zuvor.

Anders als bei einer Kommunikation über andere Medien oder im direkten persönlichen Austausch, folgt die Sichtbarkeit von ausgespielten Inhalten einer algorithmisch gesteuerten rekursiven, medialen Logik. Inhalte werden hier personalisiert ausgewählt und gewichtet. Das leitende Prinzip ist hier die Generierung von Aufmerksamkeit. Gemessen wird dies in Form von Interaktionen zwischen Nutzer:innen untereinander und Nutzer:innen und Inhalten. Ist diese Interaktion besonders hoch, werden Inhalte sichtbarer. Je stärker ein Thema mit der eigenen sozialen oder aspirativen Identität korrespondiert, desto intensiver wird es wahrgenommen und vom Algorithmus erneut ausgespielt. (Schmidt & Taddicken, 2022)

Diese zirkulären Strukturen verstärken nicht nur bestehende Identitätsmuster, sondern erweitern sie zugleich um ein performatives Moment: Das digitale Selbst wird zunehmend selbst zum Medium, das durch Sichtbarkeit soziale Zugehörigkeit konstruiert. In der Folge werden Konventionen nicht nur beobachtet, sondern aktiv inszeniert. Dies geschieht mit dem Ziel, sowohl soziale Anerkennung innerhalb der eigenen Gruppe zu erhalten als auch idealisierte Selbstbilder nach außen zu projizieren. Auch hier zeigt sich wieder der Spagat, der bereits erwähnten Distinctivenss Theory zwischen Gruppenzugehörigkeit und individueller Darstellung. (Brewer, 1991)

Selbstdarstellung und Identität erhält in der mediatisierten Welt eine doppelte Ebene, weil wir selbst in einer digitalen Welt zum Teil des Mediums werden. Die Verflechtung von digitaler und analoger Realität ist zu einem untrennbaren sozialen, kommunikativen und erfahrungsbezogenen Geflecht geworden. Identität wird so nicht nur sozial verhandelt, sondern eben auch zunehmend medial produziert. (Putra & Afrilian, 2025)

6.2 Self Determination Theory

Die Self Determination Theory von Deci und Ryan (2012) bietet einen theoretischen Rahmen, um zu verstehen, welche motivationalen Mechanismen Individuen dazu bewegen, visuelle Konventionen oder Lebensstile, wie sie innerhalb bestimmter sozialer Gruppen auf digitalen Plattformen kultiviert werden, aktiv in die eigene Realität zu übertragen und in das

persönliche Selbstkonzept zu integrieren. Sie bildet hier ein umfassendes metatheoretisches Rahmenwerk zur Erklärung menschlicher Motivation. Auf der Basis der vorher dargelegten Strukturen soll dieses Konstrukt in dieser Arbeit das theoretische Gerüst der Untersuchung bilden und dazu dienen die Motivationsmechanismen aufzudecken, die hinter der Übernahme ästhetischer Inhalte aus sozialen Medien in die eigene Lebenswelt liegen. Im Folgenden wird die Self Determination Theory auch mit SDT abgekürzt.

Im Kern nimmt die SDT an, dass Motivation in Abhängigkeit von dem Ausmaß der wahrgenommenen Selbstbestimmung variiert, also davon, inwiefern ein Individuum sein Handeln als selbst initiiert, autonom und mit dem eigenen Selbst in Einklang stehend erlebt. (Deci & Ryan, 1985) Gerade im Kontext digitaler Medienpraktiken, in denen soziale Zugehörigkeit, Identitätsarbeit und Statusfragen zentral verhandelt werden, bietet die SDT wertvolle Erklärungsansätze.

Zur Differenzierung einzelner Wirkzusammenhänge wurde die SDT im Laufe der Zeit in fünf Mini-Theorien untergliedert, die jeweils unterschiedliche Teilaspekte motivationalen Handelns beleuchten. Diese werden in den folgenden Absätzen einzeln erläutert.

Cognitive Evaluation Theory (CET)

Die erste der Mini-Theorien ist die Cognitive Evaluation Theory (CET). In ihrem Zentrum steht die Frage, unter welchen Bedingungen intrinsische Motivation, also das Handeln um seiner selbst willen, gefördert oder gehemmt wird. Die Theorie postuliert, dass Menschen ein von Natur aus vorhandenes Bedürfnis nach Neugier, Erkundung und persönlicher Entwicklung haben. Allerdings ist dieses Bedürfnis empfindlich gegenüber äußeren Einflüssen, vor allem in Bezug auf die Wahrnehmung von Autonomie und Kompetenz. Von entscheidender Bedeutung ist die Differenzierung zwischen informierenden und kontrollierenden externen Ereignissen. Während informatives Feedback, wie konstruktive Rückmeldung oder echte Anerkennung, das Gefühl von Kompetenz stärken und die intrinsische Motivation fördern kann, wirken kontrollierende Belohnungen, wie Lob mit versteckter Erwartung oder monetäre Anreize, oft demotivierend, da sie die wahrgenommene Selbstbestimmung einschränken. Das Individuum empfindet sein Handeln dann nicht mehr als selbstbestimmt, sondern als von äußeren Faktoren gesteuert. (Deci & Ryan, 1985)

Dabei zeigt sich, dass externe Ereignisse wie Belohnungen oder Feedback unterschiedlich wirken können. Während informatives, nicht kontrollierendes Feedback das Erleben von Kompetenz stärkt und somit die intrinsische Motivation fördert, kann kontrollierende Belohnung diese untergraben, da sie das Gefühl der Autonomie einschränkt.

(Deci & Ryan, 2012) Zudem hebt die CET hervor, dass die soziale Umgebung eine wesentliche Rolle spielt. Eine motivierende Umgebung berücksichtigt persönliche Interessen, eröffnet Wahlmöglichkeiten und kommuniziert nicht-direktiv. Im Gegensatz dazu kann eine Umgebung, die auf Kontrolle, Druck oder Beurteilung fußt, die intrinsische Motivation unterdrücken. (Ryan & Deci, 2000) Auch in den sozialen Medien sind diese Mechanismen zu beobachten. Ein selbstgewähltes kreatives Schaffen, wie das Teilen ästhetisch gestalteter Inhalte aus intrinsischem Interesse, kann durch Likes, algorithmische Sichtbarkeit oder soziale Erwartungen in eine kontrollierende Struktur überführt werden. Dadurch wird die ursprünglich selbstbestimmte Handlung potenziell fremdgesteuert, was langfristig die intrinsische Motivation untergraben kann. Es ist also nicht ausschlaggebend, ob es externe Einflüsse gibt oder nicht. Vielmehr kommt es darauf an, wie diese Einflüsse subjektiv interpretiert werden: Wird ein Reiz als informierend und unterstützend wahrgenommen, so verstärkt er die Motivation; Wenn er als kontrollierend wahrgenommen wird, schwächt er sie. (Deci & Ryan, 2012)

Organismic Integration Theory (OIT)

Die zweite Mini-Theorie, die Organismic Integration Theory (OIT), erweitert dieses Verständnis und differenziert zwischen verschiedenen Qualitäten extrinsischer Motivation. Während extrinsische Motivation allgemein oft als fremdbestimmt und wenig nachhaltig bewertet wird, zeigt die OIT jedoch, dass extrinsisch motiviertes Verhalten auf einem Kontinuum verläuft, dass sich zwischen vollständiger äußerer Regulierung und vollständiger Integration in das Selbstkonzept bewegt. (Deci & Ryan, 2000, 2012) Die externe Regulation, bei der Verhalten ausschließlich durch äußere Reize wie Belohnungen oder Bestrafungen gesteuert wird, befindet sich am unteren Ende dieses Kontinuums. Diese Art der Motivation wird stark kontrolliert und ist wenig selbstbestimmt. Darauf folgt die introjizierte Regulation, bei der äußere Normen zwar teilweise übernommen werden, aber nicht wirklich verinnerlicht sind, was typischerweise durch Schuldgefühle, Scham oder die Angst vor sozialer Ablehnung motiviert ist. Die nächste Stufe ist die identifizierte Regulation, bei der das Verhalten als wertvoll und persönlich bedeutsam anerkannt wird. Noch weiter reicht die integrierte Regulation, bei der die Handlung vollständig mit den Aspekten des Selbst übereinstimmt. Das Verhalten ist inhaltlich zwar extrinsisch motiviert, wie zum Beispiel beim Lernen für ein Studium, doch wird es psychologisch größtenteils autonom reguliert. (Deci & Ryan, 2012) Für das Verständnis digitaler Medienpraktiken, vor allem in sozialen Netzwerken, ist diese nuancierte Sichtweise von besonderer Relevanz. Das Nachahmen bestimmter Lifestyle-Codes

kann beispielsweise anfänglich äußerlich motiviert sein, wie der Wunsch nach Zugehörigkeit oder sozialer Anerkennung. Allerdings kann dieses Verhalten im Zuge von Internalisierungsprozessen zunehmend selbstbestimmt werden, wenn es mit den eigenen Zielen, Werten oder dem Selbstkonzept in Übereinstimmung gebracht wird. So wird das Tragen bestimmter Modetrends oder das Teilen ästhetischer Inhalte nicht mehr nur als Anpassung an eine Gruppe wahrgenommen, sondern als authentischer Ausdruck der eigenen Identität. Die OIT hebt damit hervor, dass nicht alle extrinsischen Antriebe gleichartig wirken. Entscheidend ist, in welchem Ausmaß Individuen externe Normen oder Werte internalisieren und mit ihrem Selbst integrieren. Der Prozess dieser Internalisierung wird dabei als organismisch verstanden. Er verläuft also nicht mechanisch, sondern orientiert sich an der psychologischen Tendenz des Menschen zur Selbstregulation, Gruppenzugehörigkeiten und Verortung des Selbst. (Deci & Ryan, 1985)

Causality Orientations Theory (COT)

Die dritte Mini-Theorie, die Causality Orientations Theory (COT), ergänzt dieses Modell durch die Berücksichtigung individueller Unterschiede in der motivationalen Ausrichtung. Die COT unterscheidet zwischen drei grundlegenden Orientierungen, die darüber bestimmen, wie Menschen Umwelteinflüsse wahrnehmen, interpretieren und darauf reagieren. Personen mit einer autonomen Orientierung erleben ihr Verhalten als selbstbestimmt, initiiert durch persönliche Interessen, Werte oder Bedürfnisse. Sie neigen dazu, Situationen als Gelegenheiten zur Wahlfreiheit und Selbstentfaltung wahrzunehmen. Solche Individuen regulieren ihr Verhalten in Übereinstimmung mit ihrem Selbstkonzept und sind besonders empfänglich für intrinsische Motivation. (Deci & Ryan, 2000) Menschen mit einer kontrollierten Orientierung hingegen erleben ihr Verhalten eher als Reaktion auf externe Anforderungen, Erwartungen oder Belohnungen. Motivation entsteht primär durch Druck, entweder von außen, beispielsweise durch soziale Normen oder Belohnungssysteme, oder von innen, zum Beispiel durch Schuld oder Angst vor Ablehnung. Ihr Handeln ist oft an extrinsischen Zielen ausgerichtet und sie sind empfindlich für kontrollierende Kontextfaktoren. Amotivierte Personen hingegen erleben eine geringe Verbindung zwischen ihrem Verhalten und dessen Ergebnissen. Sie fühlen sich oft inkompetent oder sehen keine sinnvolle Veranlassung zu handeln. Diese Form der Orientierung ist gekennzeichnet durch Passivität, geringe Selbstwirksamkeit und Motivationslosigkeit. (Deci & Ryan, 1985) Die Relevanz dieser Orientierungen zeigt sich besonders in sozial interaktiven, feedbackreichen Kontexten wie sie auch bei digitaler Selbstinszenierung in sozialen Medien gegeben ist. So kann etwa dieselbe

Situation, wie das Hochladen eines ästhetischen Bildes, je nach motivationaler Orientierung als selbstbestimmter Selbstaussdruck, als Erfüllung sozialer Erwartungen oder als bedeutungslose Handlung ohne begründete Motivation erlebt werden. Damit trägt die COT zur Erklärung bei, warum Menschen auf vergleichbare äußere Reize unterschiedlich motiviert reagieren. (Deci & Ryan, 1985)

Basic Psychological Needs Theory (BPNT)

Das theoretische Herzstück der Self-Determination Theory ist die Basic Psychological Needs Theory (BPNT). Sie geht von der Annahme aus, dass die drei universellen psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und soziale Eingebundenheit, zentrale Voraussetzungen für psychisches Wohlbefinden, Persönlichkeitsentwicklung und nachhaltige Motivation sind. (Deci & Ryan, 2000; Ryan & Deci, 2017) Diese Bedürfnisse gelten als kulturübergreifend und angeboren. Ihre Befriedigung ist nicht nur für das Erleben von Motivation entscheidend, sondern auch für emotionale Stabilität, Lernfähigkeit, Kreativität und soziale Integration. Umgekehrt führen chronisch frustrierte Bedürfnisse zu Dysfunktionen in der Motivation, Beeinträchtigungen des Selbstwerts, erhöhter Vulnerabilität gegenüber Stress sowie zu Einbußen im psychischen und physischen Wohlbefinden. (Ryan & Deci, 2000) Autonomie bezieht sich dabei auf das Erleben von Selbstbestimmung, das Gefühl, selbst Ursprung des eigenen Handelns zu sein und im Einklang mit dem eigenen Willen zu handeln. Bei digitalen Selbstinszenierungen beispielsweise kann Autonomie daraus bestehen, dass Inhalte bewusst und reflektiert gewählt werden, statt sich normativen Erwartungen zu unterwerfen. Kompetenz beschreibt das Bedürfnis, sich wirksam und fähig zu erleben, mit Herausforderungen gut umzugehen oder Aufgaben lösen zu können. In sozialen Medien kann positives Feedback auf kreative Beiträge das Kompetenzempfinden stärken, wohingegen ständige Vergleiche oder ausbleibende Anerkennung zu dessen Frustration führen können. Soziale Eingebundenheit bezeichnet das Bedürfnis, sich mit anderen verbunden zu fühlen, sich akzeptiert, zugehörig und wertgeschätzt zu wissen. Interaktionen auf sozialen Plattformen können dieses Bedürfnis potenziell durch Austausch, Community-Bildung oder symbolische Anerkennung erfüllen. Gleichzeitig kann exkludierendes Verhalten, Ablehnung oder fehlende Resonanz das Gegenteil bewirken und soziale Isolation verstärken. Ein zentrales Anliegen der BPNT ist es, nicht nur die Bedeutung dieser Bedürfnisse zu betonen, sondern auch die Mechanismen zu verstehen, wie soziale Umwelten diese Bedürfnisse entweder fördern oder untergraben. Gerade Plattformen mit performativen oder kompetitiven Logiken können abhängig von der individuellen Wahrnehmung sowohl als Ressourcen für

Bedürfnisbefriedigung dienen als auch als Quellen chronischer Frustration wirken. (Ryan & Deci, 2017) In der Anwendung liefert die BPNT daher einen konzeptionellen Rahmen, um die motivationalen Wirkungen digitaler Selbstgestaltung zu analysieren. Es kann festgestellt werden, ob bestimmte Praktiken der visuellen Selbstdarstellung eher selbstverwirklichend oder entfremdend erlebt werden. (Deci & Ryan, 1985)

Goal Contents Theory (GCT)

Die Goal Contents Theory (GCT) unterscheidet schließlich zwischen intrinsischen und extrinsischen Zielinhalten. Im Fokus stehen dabei nicht die Gründe, warum ein bestimmtes Ziel verfolgt wird, sondern die konkrete Ausrichtung der Ziele. Intrinsische Ziele zielen dabei auf persönliche Entwicklung, sinnvolle Beziehungen, soziale Eingebundenheit, Gemeinschaft, Kreativität oder körperliche Gesundheit ab. Diese Ziele sind eng an die Befriedigung der drei bereits erwähnten psychologischen Grundbedürfnisse gekoppelt. Sie fördern nachhaltige Motivation, stärken das psychische Wohlbefinden und sind mit höherer Lebenszufriedenheit assoziiert. (Deci & Ryan, 2012) Extrinsische Ziele hingegen fokussieren sich auf äußere Anerkennung, materiellen Besitz, soziale Attraktivität oder Status. Diese sind weniger direkt mit Grundbedürfnissen verbunden und häufig von sozialen Vergleichsprozessen, normativen Erwartungen oder Imagepflege geprägt. Diese Zielorientierung geht langfristig mit einer geringeren psychischen Gesundheit, einem höheren Maß an Stress, geringerer Selbstakzeptanz und weniger authentischer Motivation einher. (Ryan & Deci, 2000) Im Kontext digitaler Medien und insbesondere auf sozialen Plattformen ist diese Differenzierung besonders relevant. Ästhetische Selbstinszenierung, der Wunsch nach Reichweite oder das Streben nach Bestätigung in Form von Likes oder Follower:innen spiegeln häufig extrinsisch orientierte Zielinhalte wider. Diese wirken zunächst motivierend, können jedoch auf lange Sicht kontrollierend sein und zu einer Entfremdung vom eigenen Selbstkonzept führen. Dies kann vor allem der Fall sein, wenn sie nicht mit intrinsisch bedeutsamen Werten verknüpft sind. Zugleich bietet die GCT einen Deutungsrahmen für Medienpraktiken, die intrinsisch motiviert sind: Etwa, wenn Menschen kreative Inhalte teilen, um sich persönlich auszudrücken, Gemeinschaft zu erleben oder etwas Sinnvolles beizutragen. Solche Zielsetzungen fördern nicht nur Bedürfnisbefriedigung, sondern auch authentische Selbstverwirklichung in digitalen Räumen. Die GCT verdeutlicht damit, dass nicht alle Zielsetzungen gleichwertig für das Wohlbefinden sind. Entscheidend ist, ob Ziele das Erleben von Selbstbestimmung, Kompetenz und sozialer Verbundenheit unterstützen oder ob sie vorwiegend extrinsisch ausgerichtet sind und damit potenziell fremdbestimmend wirken.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass intrinsische Ziele, wie persönliches Wachstum, Gemeinschaft oder Gesundheit, nachweislich zur Bedürfnisbefriedigung und psychischem Wohlbefinden beitragen. Extrinsische Ziele hingegen, wie Status, Geld oder äußerliche Anerkennung, wirken häufig kontrollierend und stehen langfristig im Zusammenhang mit einem geringeren Maß an psychologischer Gesundheit. (Deci & Ryan, 2012)

7. Herleitung der Forschungsfragen

Die vorangegangene theoretische Fundierung hat zentrale Konzepte herausgearbeitet, die für das Verständnis ästhetischer Selbstinszenierung auf sozialen Medien im Kontext von Gruppenzugehörigkeit, Identitätsarbeit und Motivation bedeutsam sind. Aufbauend auf Bourdieus Kapitaltheorie (1983), Luhmanns Inklusions- und Exklusionstheorie (1997), Beckers Konventionsbegriff (1982) sowie psychologisch fundierten Theorien zur sozialen Identität (Ellemers & Haslam, 2012), zur motivationalen Ausrichtung (Deci & Ryan, 2012) und zur Gruppendynamik (Brewer, 1991) ergibt sich ein vielschichtiges Bild ästhetischer Praktiken als soziale, symbolische und motivational strukturierte Handlungen.

Die übergeordnete Frage, der sich diese Arbeit annimmt, ist dementsprechend folgende:

FF1: Welche motivationalen Beweggründe führen dazu, dass junge Erwachsene die Social-Media-Ästhetiken Gorpcore und Clean Girl Aesthetic in ihre eigene Lebenswelt integrieren?

Diese vorrangige Frage zielt darauf ab, die tieferliegenden Antriebskräfte der GenZ zu untersuchen, wenn sie sich visuell und performativ an digitalen Ästhetiktrends orientieren. Dabei wird nicht nur die bewusste Entscheidung zur ästhetischen Aneignung betrachtet, sondern auch deren emotionale, soziale und symbolische Dimension. Grundlegend hierfür ist die Annahme, dass ästhetische Stilrichtungen nicht nur als visuelle Ausdrucksformen zu verstehen sind, sondern als soziale Marker, über die Gruppenzugehörigkeit, Differenzierung und soziale Positionierung kommuniziert werden, die auch eine identitäre, emotionale Komponente mit sich bringen. (Bourdieu, 1983; Marx, 2022; Ellemers & Haslam, 2012) In diesem Sinne fungieren Stilpraktiken wie *Gorpcore* oder die *Clean Girl Aesthetic* als verdichtete kulturelle Symbole, die bestimmten Gruppen, Milieus oder Statusvorstellungen zugeordnet werden. Ihre Aneignung ist demnach nicht rein geschmacksbasiert, sondern eng mit

der Verfügbarkeit und dem Einsatz von ökonomischen, kulturellen und sozialen Kapital verknüpft. (Bourdieu, 1983) In Anlehnung an Bourdieus Kapitaltheorie (1983) und Luhmanns Differenztheorie (1997) in welchem Maße diese Aneignung als Zugehörigkeits-erleben oder als bewusste Statusarbeit gedeutet wird. Die hier hineinspielenden konkurrierenden Identitätsbedürfnisse nach Brewer (1991), wie das nach sozialer Eingebundenheit einerseits und individueller Unverwechselbarkeit andererseits, sollen in die Betrachtung mit einbezogen werden. Die motivational-psychologische Verankerung dieser komplexen Gesamtdynamik bildet hier die Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012), die innerhalb des übergeordneten Rahmens von Konventionen sowie das Bedürfnis nach Individualismus und Zugehörigkeit, analytisch erfasst, inwieweit die Aneignung ästhetischer Elemente im sozialen Handlungsrahmen als selbstbestimmt, fremdgesteuert oder sozial validiert erlebt wird.

Die erste Forschungsfrage fungiert in diesem Zusammenhang als Leitfrage der Arbeit und rahmt die Analyse der weiterführenden Teilfragen. Sie zielt auf ein tieferes Verständnis der motivationalen Dynamiken hinter der Adaption spezifischer Social-Media-Ästhetiken, eingebettet in ein komplexes Zusammenspiel von Kapitalverteilung, Gruppenzugehörigkeit, Selbstdarstellung und Bedürfnisregulation.

Die zweite Forschungsfrage dieser Arbeit richtet den analytischen Fokus auf die zeitliche Dynamik der Motivation:

FF2: Wie verändert sich die Motivation der Adaption von Ästhetiken über die Zeit?

Während die erste Forschungsfrage darauf anspielt, warum ästhetische Aneignung stattfindet, rückt FF2 die Entwicklung dieser Motivation in den Mittelpunkt. Es wird die Frage gestellt, wie sich die Motivationen der Übernahme verändern und vom Selbst wahr- und eingeordnet werden – welche persönliche innere Entwicklung sich hier also abspielt.

Die theoretische Basis für die Beantwortung dieser Frage bildet hier die Cognitive Evaluation Theory (CET) von Deci und Ryan (1985, 2012). Sie postuliert, dass Menschen von Natur aus ein Bedürfnis nach persönlicher Entwicklung haben und damit ein Maß an natürlicher Neugier und Erkundung mitbringen. Persönliche Entwicklung bewegt sich damit eingebunden in die Umwelt mit seinen äußeren Einflüssen und entstehenden Resonanzen. Die Aneignung von Ästhetiken kann somit als Ausdruck eines explorativen Selbstverhältnisses gesehen werden, das sich eben im Wechselspiel mit der sozialen Umwelt konstituiert. Dabei spielen die Erfahrungen von Autonomie und Kompetenz eine Schlüsselrolle. Werden diese als gegeben

erlebt, kann intrinsische Motivation gestärkt werden. Wirkt die Umgebung jedoch kontrollierend oder bewertend, kann dies zu einem Rückgang intrinsischer Motivation führen.

Die zeitliche Komponente der Motivationsentwicklung erklärt die Organismic Integration Theory (OIT). Sie beschreibt das Kontinuum extrinsischer Motivation, das von äußerlich reguliertem Verhalten im Sinne externaler Regulation, beispielsweise durch Angst vor Ablehnung oder dem Wunsch nach Bestätigung, bis hin zur vollständig internalisierten, selbstbestimmten Handlung, im Sinne einer integrierten Regulation, reicht. Die Aneignung ästhetischer Ausdrucksformen kann dabei also möglicherweise als extern motivierte Handlung, um Anschluss an eine soziale Gruppe zu finden, beginnen, kann sich aber im Verlauf über introjizierte und identifizierte Regulation hin zu einer integrierten Regulation entwickeln, bei der die ästhetische Praxis nicht mehr als Anpassung, sondern als authentischer Ausdruck des eigenen Selbst erlebt wird.

Diese motivationale Entwicklung bewegt sich zudem im Kontext sozialer Konventionen (Becker, 1982), identitärer Selbstverortung (Ellemers & Haslam, 2012) sowie der Balance zwischen Gruppenzugehörigkeit und Individualität (Brewer, 1991). In einem sozialen System, das durch die algorithmisch suggerierende Logik der sozialen Medien mit strukturiert ist, stellt sich die Frage, wie Nutzer:innen ihre ästhetischen Praktiken subjektiv deuten. als bewusste, selbstbestimmte Ausdrucksform oder als Reaktion auf soziale Erwartungen und Sichtbarkeitsmechanismen. Die Aneignung bestimmter Ästhetiken kann also sowohl als selbstbestimmter Ausdruck individueller Identität verstanden werden, als auch als Anpassung an soziale Erwartungen und Sichtbarkeitslogiken sozialer Medien.

Eben gerade im Kontext der Logik der sozialen Medien ist es spannend, die Bedeutung externer Bestätigung näher zu betrachten, da eben durch diese in Form von Aufmerksamkeit und Interaktion, Relevanzen sortiert werden. Die dritte Forschungsfrage setzt deshalb hier an:

FF3: Welche Rolle spielt externe Bestätigung bei ästhetischer Adaption?

Im Kontext sozialer Medien erhält externe Bestätigung eine neue Qualität, da sie nicht nur wie im analogen Raum über direkte soziale Interaktion vermittelt wird, sondern eben algorithmisch sichtbar gemacht, quantifiziert und operationalisiert wird. Likes, Kommentare, Views und Follower:innenzahlen übernehmen dabei die Funktion sozialer Resonanz, die nicht nur rückmeldend wirkt, sondern eben auch bestimmt, was Bedeutung erhält. Sichtbarkeit wird dadurch bis zu einem gewissen Punkt zur Belohnung und externe Bestätigung zu einem Schlüsselmechanismus digitaler Teilhabe.

Bereits klassische soziologische Ansätze wie Luhmanns Inklusions- und Exklusionstheorie (1997) oder Beckers Konventionsbegriff (1982) zeigen, wie Zugehörigkeit an die Einhaltung impliziter Regeln und Erwartungsstrukturen geknüpft ist. In der analogen Welt wird soziale Anerkennung innerhalb eines Feldes über nonverbale Signale, symbolische Praktiken oder stilistische Konformität vermittelt. In der digitalen Welt jedoch ist diese soziale Rückmeldung technisch vermittelt und beschleunigt. Algorithmen verstärken bestehende Konventionen, indem sie sichtbar machen, was als konform und anschlussfähig gilt. Damit verstärkt sich der Druck zur Anpassung und Selbstdarstellung bei gleichzeitiger umfassender Diversität an normativen, sich schnell wandelnden Ausdrucksformen.

Im Rahmen der Self-Determination Theory (SDT) wird dieses Spannungsfeld insbesondere in der bereits erwähnten Cognitive Evaluation Theory (CET) thematisiert. Hier wird aufgezeigt, wie äußere Rückmeldungen das Motivationssystem beeinflussen. Wird externe Bestätigung als informativ und unterstützend erlebt, kann sie das Gefühl von Kompetenz und Autonomie stärken. Wird sie jedoch als kontrollierend, bewertend oder strategisch konditionierend wahrgenommen, kann sie intrinsische Motivation unterdrücken. Die Frage, wie Nutzer:innen digitale Rückmeldestrukturen erleben, als positive Bestätigung oder als Druck, ist daher zentral für das Verständnis der Gründe ästhetischer Handlungen.

Darüber hinaus erweitert die Distinctiveness Theory (Brewer, 1991) die Sichtweise auf äußere Einflüsse, auf das Spannungsverhältnis zwischen Konformitätsdruck und individueller Abgrenzung. Externe Bestätigung in sozialen Medien kann somit nicht nur die Zugehörigkeit fördern, sondern auch ein Spannungsfeld schaffen, in dem das Bedürfnis nach Distinktion neu ausgehandelt werden muss. In digitalen Umgebungen, die von performativer Sichtbarkeit dominiert werden, entsteht eine solche Ambivalenz zwischen kollektivem Bezug und individuellem Ausdruck, die das Erleben der eigenen Identität entscheidend beeinflusst. Auch an diesen Punkten kann externe Bestätigung zu einer Bedürfnisveränderung führen.

Vor dem Hintergrund dieser Überlegungen stellt die dritte Forschungsfrage, die Frage danach, ob externe Bestätigung als motivierend, authentisch und bekräftigend wahrgenommen wird oder als kontrollierend, leistungsbasiert und potenziell entfremdend. Diese Frage ist zentral, um zu verstehen, in welchem Maße Ästhetiken Ausdruck selbstbestimmter Identitätsarbeit sind oder Reaktionen auf algorithmisch verstärkte Erwartungen.

Im Kontrast zum Einfluss externer Einflüsse richtet die vierte Forschungsfrage den Fokus auf das subjektive Erleben von Selbstbestimmtheit im Rahmen ästhetischer Selbstdarstellung.

FF4: Wie selbstbestimmt wird die gelebte Ästhetik erlebt?

Ausgangspunkt dieser Frage ist die Basic Psychological Needs Theory (BPNT), die einen Kernbestandteil der Self-Determination Theory (SDT) bildet. (Deci & Ryan, 2000) Die BPNT geht davon aus, dass drei psychologische Grundbedürfnisse erfüllt sein müssen, damit Menschen ihr Handeln als sinnvoll, stimmig und selbstbestimmt erleben. Zum einen die Autonomie, also das Gefühl, Ursprung des eigenen Handelns zu sein, zum anderen die Kompetenz, also das Gefühl wirksam und fähig der eigenen zu sein und zuletzt die soziale Eingebundenheit, also das Gefühl, verbunden, akzeptiert und anerkannt zu sein.

Hier schließen sich im Sinne der sozialen Eingebundenheit, die Distinctiveness Theory (Brewer, 1991) und die Self Identity Theory (Ellemers & Haslam, 2012), das Bestehen von Konventionen als konforme Gruppennormen (Becker, 1982) und Luhmanns Exklusions- und Inklusionstheorie (1997) an. Wie selbstbestimmt bewegen wir uns in der Wahl und Inkorporation bestimmter Konventionen, inwieweit sind sie in unser Selbstkonzept integriert und fühlen wir uns dabei noch genügend als Individuum, dass hinreichend als Teil einer Gruppe integriert ist. Dies steht in einem direkten Zusammenhang mit dem Erleben von Autonomie. Diese wird dann im Sinne einer Selbstbestimmung erlebt, wenn sich eine Person innerhalb einer sozialen Gruppe bewegt, die sie als positiv bewertet, deren Zugehörigkeit sie freiwillig gewählt hat und in der sie zugleich Akzeptanz und Anerkennung erfährt. Kompetenz ist auch mit dieser positiven Anerkennung verbunden. Wird das eigene Leben als selbstwirksam gestaltbar erlebt und mit innerer Zustimmung bewertet, so entspricht dies dem Bedürfnis nach Kompetenz. Diese Wahrnehmung kann durch soziale Einbindung und positive Rückmeldungen innerhalb gruppenspezifischer Prozesse weiter gestärkt und affirmiert werden, was wiederum zu einem erhöhten Kompetenzerleben führt. Die Verfügbarkeit von Kapital und entsprechend passende Zuordnung einer darauf abgestimmten Lebenswelt, bildet die Basis für das positive Erleben aller drei Grundbedürfnisse.

Ergänzend liefert die Causality Orientations Theory (COT) (Deci & Ryan, 1985) ein differenzierteres Verständnis individueller Unterschiede im Erleben von Selbstbestimmtheit. Sie beschreibt die in Kapitel 6.6 bereits eingehend erläuterten grundlegenden Handlungsorientierungen. Handlungen, die von einer Selbstbestimmtheit ausgehen stehen dabei meist in Verbindung mit einer autonomen Orientierung. Die Art und Weise der Reaktionen auf rezipierte Inhalte und die Wichtigkeit, die diesen zugesprochen wird, sagt also viel über die motivationale Orientierung, die bei dieser Person zugrunde liegt aus. Diese subjektive Wahrnehmung der eigenen Handlungsmotivation kann dabei individuell stark

variieren. Sie reicht von einem selbstbestimmten, kreativen Selbstausdruck bis hin zu einem Gefühl des funktionalen Anpassens an externe Erwartungen. Die vierte Forschungsfrage zielt daher darauf ab, diese Bandbreite differenziert zu erfassen und zu analysieren, in welchen Zusammenhängen ästhetische Entscheidungen als selbstbestimmt erlebt werden und wann nicht.

Die fünfte Forschungsfrage zielt zuletzt auf die bewussten und unbewussten Zielsetzungen, die mit der ästhetischen Selbstgestaltung auf sozialen Medien verknüpft sind, ab.

FF5: Welche Ziele verfolgen die Befragten mit der Übernahme ästhetischer Elemente?

Diese Frage ergänzt die bereits formulierten Überlegungen zur Motivation (vgl. FF1–FF4) um eine zielorientierte Perspektive, in der sich intrinsische und extrinsische Motivation und die Verortung im sozialen Netz aus Bedürfnis nach Kollektivitätsgefühl, Abgrenzung, Inklusion und mögliches Verlangen nach Kapitalformen und Erfüllung von Konventionen zusammenfügen. In diesem Rahmen werden sowohl bewusste Intentionen als auch implizite Bedürfnisse berücksichtigt. Ästhetische Ausdrucksformen wie die *Clean Girl Aesthetic* oder *Gorpcore* fungieren dabei nicht nur als Mittel der Selbstdarstellung, sondern sind auch Träger symbolischer Bedeutungen, die auf bestimmte Wünsche, Zugehörigkeiten oder Statusansprüche verweisen können.

Vor diesem Hintergrund wird vor allem die Goal Contents Theory (GCT) der Self-Determination-Theory (Deci & Ryan, 2012) relevant. Sie unterscheidet die intrinsischen von den extrinsischen Zielinhalten. Die intrinsischen Ziele beziehen sich dabei auf persönliches Wachstum, soziale Eingebundenheit, Gemeinschaft oder Sinnhaftigkeit und sind damit auch eng mit der Befriedigung psychologischer Grundbedürfnisse verbunden. Extrinsische Ziele hingegen zielen auf äußere Anerkennung, Status, Attraktivität oder materiellen Erfolg aus und sind stärker durch soziale Vergleichsprozesse motiviert.

Die Übernahme ästhetischer Elemente kann dabei auf beide Zielarten verweisen. So kann die ästhetische Praxis Ausdruck eines authentischen Selbstentwurfs oder Teil einer strategischen Positionierung im sozialen Raum, etwa zur Akkumulation kulturellen oder sozialen Kapitals (Bourdieu, 1983) sein. In vielen Fällen vermischen sich diese Motive auch, sodass implizite Bedürfnisse, etwa nach Zugehörigkeit, Abgrenzung oder sozialer Anerkennung, durch explizite Handlungen wie Kleidung, Styling oder Content-Produktion symbolisch sichtbar werden. Zugleich verweist die Frage auf die Verortung des Individuums

innerhalb sozialer Kontexte. Die Zielsetzungen sind eingebettet in ein Spannungsfeld zwischen dem Wunsch nach Kollektivitätsgefühl, Distinktion, Inklusion und der Erfüllung gruppenspezifischer Konventionen. Durch sprachliche oder performative Äußerungen, in denen bestimmte Wünsche anklingen oder symbolisiert werden, kann implizit Vorhandenes sichtbar gemacht und auf zugrunde liegende psychologische Bedürfnisse zurückgeführt werden und spielt damit direkt in FF1 ein. Die Frage nach einem „Warum“, dass der FF1 innewohnt, wird hier durch die Perspektive des „Wozu“ ergänzt.

8. Methodik

Im Folgenden wird das methodische Vorgehen dieser Arbeit dargelegt. Hierfür wird eingangs die Methode der Datenerhebung und -auswertung erläutert, Operationalisierung, Stimuli und Fallauswahl begründet und anschließend die Durchführung des Vorgehens beschrieben.

8.1 Methode der Datenerhebung und -auswertung

Das Ziel dieser Arbeit ist, verstehend zu erfassen, warum und wie junge Erwachsene die Ästhetiken *Gorpcore* und *Clean Girl* in ihre Lebenswelt integrieren und was diese Aneignung für sie bedeutet, ist ein qualitatives, exploratives Forschungsdesign besonders geeignet. Im Zentrum steht dabei nicht das Abfragen von Fakten, sondern das Nachvollziehen subjektiver Sinnzuschreibungen und motivationaler Dynamiken, wie sie in der Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012) theoretisch modelliert sind.

Hierfür wurde die Interviewform eines halbstrukturierten Leitfadeninterviews gewählt, die es erlaubt, eine theoriegeleitete Erhebung entlang der fünf zentralen Dimensionen der Self-Determination-Theory in Form von Cognitive Evaluation, Organismic Integration, Causality Orientations, Basic Psychological Needs und Goal Contents vorzunehmen, ohne dabei die Offenheit für unerwartete Perspektiven und Deutungsmuster einzuschränken. Diese Offenheit ist zentral, da es sich um ein hypothesengenerierendes Vorgehen handelt, das Erkenntnisse über bislang wenig erforschte Aneignungsprozesse ästhetischer Social-Media-Praktiken generieren soll. Es wurden 10 leitfadengestützte Interviews mit jungen Erwachsenen, die Teil der GenZ sind (je 5 Personen mit primärer Orientierung an *Gorpcore* bzw. *Clean Girl Aesthetic*) durchgeführt.

Alle Datenerhebungen dieser qualitativen Studie erfolgten unter Berücksichtigung grundlegender forschungsethischer Standards. Vor den Interviews bekamen alle Teilnehmenden eine schriftliche Datenschutzerklärung, die über die Speicherung und Verarbeitung ihrer Daten aufgeklärt. Um den Datenschutz zu gewährleisten, wurden alle Interviews audiotekhnisch aufgezeichnet, anonymisiert und danach transkribiert. Außerdem wurden die Teilnehmenden darüber aufgeklärt, dass ihre Aussagen in anonymisierter Form in der wissenschaftlichen Auswertung und Präsentation verwendet werden können, ohne dass Rückschlüsse auf ihre Identität möglich sind. Damit wird den Anforderungen an Vertraulichkeit und informationelle Selbstbestimmung gemäß den geltenden Datenschutzvorgaben Rechnung getragen.

Die Auswertung der erhobenen Leitfadeninterviews erfolgte mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022). Im einschlägigen methodischen Werk werden hier drei unterschiedliche Arten genannt: die inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse, die evaluative qualitative Inhaltsanalyse und die typenbildende qualitative Inhaltsanalyse. Ersteres beschreibt die Hauptmethodik von Kuckartz (2022), wobei das Datenmaterial durch mehrere Codiervorgänge in induktive und deduktive Kategorien eingeteilt wird. In der vorliegenden Arbeit wurde die inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse als Methode zur Auswertung der Daten verwendet. Die folgende Abbildung zeigt die wichtigsten Schritte der qualitativen Inhaltsanalyse gemäß Kuckartz (2022).

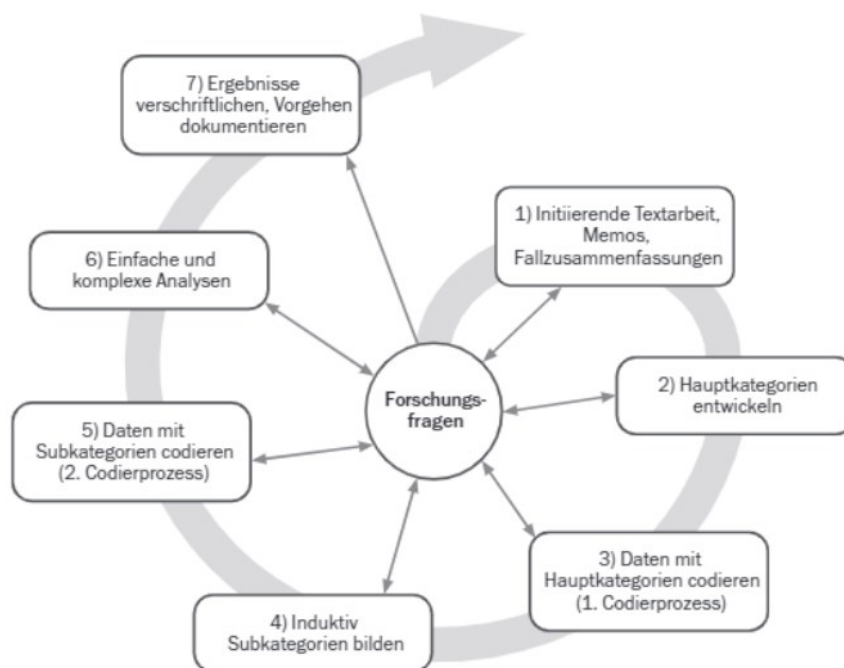


Abbildung 1: Qualitative Inhaltsanalyse. Übernommen aus Kuckartz (2022, S.132)

Im Rahmen der Auswertungsmethode wird das gesammelte Datenmaterial für die Datenauswertung zunächst gesichtet und vorstrukturiert. Dabei werden zentrale Textpassagen hervorgehoben, Kommentare festgehalten und erste kurze Memos erstellt. Mit diesem Schritt wird die Schaffung einer begrifflichen Grundlage ermöglicht. Daraufhin werden die thematischen Hauptkategorien entwickelt, die aus den Forschungsfragen und der zugrundeliegenden theoretischen Fundierung abgeleitet werden. Im ersten Schritt der Codierung werden die Daten sequenziell betrachtet und den erarbeiteten Hauptkategorien zugewiesen. Kategorien können aus ein oder mehreren Wörtern sowie aus Abkürzungen bestehen und dabei entweder allgemein oder sehr spezifisch sein. Um Ähnlichkeiten und Übereinstimmungen in motivationalen Orientierungen deutlicher zu erkennen, werden die transkribierten Aussagen der Interviewten in verschiedene Kategorien eingeordnet. Bei der Darstellung der Ergebnisse wird anschließend ausgewählt und abgewogen, welche Aussagen und Punkte der befragten Teilnehmer:innen näher erläutert werden sollen. Mit dem Kategoriensystem können Schlüsselwörter verwendet werden, um nach bestimmten Themen zu filtern und so relevante Textstellen in den durchgeführten Interviews schnell zu identifizieren und Zusammenhänge darzustellen. Der Fokus liegt hier darauf Strukturen aus dem Gesagten aufzudecken. (Kuckartz & Rädiker, 2022) Die Analyse wird computergestützt mit der Software MAXQDA durchgeführt, die eine effiziente, systematische Organisation und Auswertung der Daten ermöglicht.

In der qualitativen Forschung sind die Gütekriterien nicht an quantitativen Standards wie Objektivität oder Reliabilität ausgerichtet, sondern den Kriterien der Transparenz, Nachvollziehbarkeit, Kontextsensitivität und Reflexivität. (Steinke, 2000; Lamnek & Krell, 2016) Um die Nachvollziehbarkeit der Forschung zu gewährleisten, wurden wesentliche Entscheidungen im Forschungsprozess, wie die Auswahl der Fälle, die Entwicklung des Interviewleitfadens und folgende Auswertungsschritte, gründlich dokumentiert. Der vollständige Leitfaden, einschließlich theoretischer Zuordnung, ist im Anhang verfügbar, genauso wie das erstellte Codebuch, um sicherzustellen, dass das methodische Vorgehen transparent ist.

Die Kontextsensitivität wurde berücksichtigt, indem in der Interviewführung bewusst auf alltagsnahe Fragestellungen, offene Erzählanlässe und visuelle Stimuli zurückgegriffen wurde. Dadurch konnten die Befragten ihre eigenen Bedeutungszuschreibungen im Kontext ihrer individuellen sozialen und medialen Lebensumstände zu ästhetischen Praktiken und digitaler Selbstdarstellung darlegen. Auch die Rolle der Forschenden wurde im Sinne einer

reflexiven Forschungshaltung kritisch reflektiert. Als Angehörige derselben Generation wie die Zielgruppe besteht das Potenzial für kulturelle Nähe, das sowohl Chancen wie einen möglichen Vertrauensaufbau, als auch Herausforderungen, wie eine unbewusste Voreingenommenheit, mit sich bringt. Um Verzerrungen zu vermeiden, wurde eine offene Gesprächsführung gewählt, suggestive Fragen vermieden und eine theoriegeleitete, methodisch kontrollierte Auswertung durchgeführt. Bei der Analyse wurde die theoretische Sensibilität besonders berücksichtigt, um dem Material so offen und vorurteilsfrei wie möglich zu begegnen. (Strauss & Corbin, 1996)

Insgesamt bietet die gewählte Methodik eine theoretisch fundierte, empirisch anschlussfähige und erkenntnisoffene Herangehensweise, um die komplexen motivationalen Hintergründe ästhetischer Trendentwicklung und -adaption im digitalen Zeitalter angemessen zu erfassen.

8.1.1 Operationalisierung

Der Aufbau des Interviewleitfadens orientiert sich an dem Aufbau der Self-Determination-Theory (Deci & Ryan, 2012) und hangelt sich chronologisch durch die Themen der oben bereits erwähnten Untertheorien. Hier werden aus den übergeordneten Konstrukten Fragen formuliert, die die jeweiligen Mechanismen lesbar machen sollen. Die Fragen wurden so konzipiert, dass sie sich nicht ausschließlich auf das Konstrukt der Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012) beziehen, sondern darüber hinaus ein vielschichtiges Netz an Bezügen zu den weiterreichenden theoretischen Grundlagen sowie zu den einschlägigen empirischen Forschungsarbeiten herstellen. Besonders deutlich wird diese Verstrickung und Fundierung des Interviewaufbaus in den vermerkten Querverweisen im Interviewleitfaden mit Literaturbezug und angeführter theoretischer Relevanz in Tabellenform (Verweis Anhang). An die Reihenfolge des Aufbaus der Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2012) wurde sich trotzdem gehalten, um eine logische Struktur beizubehalten und fortschreitend tiefer in die zugrundeliegenden motivationalen Beweggründe einzusteigen.

Es werden überwiegend offene Fragen gestellt, um zu freier, subjektiver Erzählung einzuladen. Ergänzt werden die Fragen mit narrativen Elementen, die die Teilnehmer:innen weiter dazu ermutigen persönliche Erfahrungen, Erlebnisse und Entwicklungen zu schildern. Dies geschieht zum Beispiel durch Warm-up-Fragen, retrospektive Rückfragen oder konkrete Erzählanlässe aus dem Alltag. Die Fragen spiegeln zudem meist alltagsnahe Situationen wieder und vermeiden suggestive Formulierungen, um die Authentizität der Antworten zu schützen und die ökologische Validität der Antworten zu erhöhen. Trotz der gegebenen Offenheit bleiben die Fragen, wie oben bereits erwähnt fokussiert auf die theoretischen Inhalte der Basis dieser

Arbeit, um zielgerichtet zu einer Beantwortung der Forschungsfragen beizutragen. Sie bilden eine theoriegeleitete Exploration ohne Einschränkung der möglichen Erzählungen. Der vollständige Interviewleitfaden ist im Anhang in seinen zwei Ausführungen einsehbar.

8.1.2 Stimuli

Zur Unterstützung der Gesprächsdynamik und zur anfänglichen Zuordnung des Selbst zu einem der beiden zentralen ästhetischen Konzepte wurde im Rahmen des Interviews visuelles Stimulusmaterial in Form von Moodboards implementiert. Diese dienen dazu, die beiden im Fokus stehenden Ästhetiken *Clean Girl* und *Gorpcore* konkret erfahrbar zu machen. Sie werden so im Rahmen der ersten eigenen Verortung nicht direkt als solche benannt, was schließlich auch zu ablehnenden Reaktionen führen könnte, sondern durch die visuelle Darlegung eines Stils erfahrbar gemacht. So entsteht eine gemeinsame Bezugsebene, eines auf Zustimmung treffenden ästhetischen Stils, die ein Fundament für das weitere Gespräch bildet.

Die Verwendung solcher visuellen Stimuli ist in der qualitativen Forschung insbesondere dann legitim und hilfreich, wenn es um subjektive Wahrnehmungen, ästhetische Präferenzen und kulturell codierte Ausdrucksformen geht, die vielleicht auch implizit geschehen. Durch die Präsentation der Moodboards konnten die Befragten ihre Reaktionen auf visuelle Stilwelten unmittelbar artikulieren und haben eine Basis an Eindruck, vor dessen Hintergrund sie reflektieren können. Gleichzeitig bot der Stimulus eine niedrigschwellige Gesprächsanregung, die auch weniger verbal orientierten Personen den Einstieg in das Thema erleichterte. Die Bildimpulse wirkten so als Anstoßgeber, um implizite Einstellungen, Assoziationen und ästhetische Zuschreibungen bewusster zugänglich zu machen.

Der Einsatz des Stimulusmaterials wurde nicht manipulierend, sondern dialogisch in den Anfang des Interviews integriert. Die Befragten wurden hier dazu eingeladen, frei zu schildern, welche Eindrücke, Präferenzen oder Abneigungen die Moodboards in ihnen hervorrufen. Dies ermöglichte eine authentische und theoriefreie Initialreaktion, die im Anschluss theoriegeleitet vertieft werden konnte. Die Stimuli wurden also als methodisches Instrument genutzt, um einen Einstieg in eine tiefergehende Reflexion reibungslos zu gestalten.

8.1.3 Fallauswahl

Die Auswahl der Interviewpartner:innen erfolgt im Sinne des Purposive Samplings durch eine informierte Beobachtung des eigenen sowie erweiterten sozialen Umfelds (Lamnek & Krell, 2016). Die zu betrachtende Altersgruppe beschränkte sich auf die GenZ, die, wie bereits erläutert, eine besondere Affinität zu visuellen Trends zeigt. Personen, die zwischen 18

und 29 Jahren alt sind und bei denen aufgrund ihres visuellen Erscheinungsbildes sowie stil- und lebensstilbezogener Merkmale eine Zugehörigkeit zu einer der beiden untersuchten Ästhetiken vermutet werden konnte, wurden in einen Pool potenzieller Teilnehmer:innen aufgenommen.

Aus diesem Pool wurden anschließend jene Personen ausgewählt, die zeitlich verfügbar waren und eine Teilnahmebereitschaft signalisierten. Zusätzlich wurde bei der finalen Auswahl darauf geachtet, eine annähernde geschlechtliche Balance herzustellen, um mögliche Perspektivunterschiede in der Selbstdarstellung mit einzubeziehen. Das Geschlechterverhältnis von weiblich und männlich gestaltet sich in diesem Fall in einem Verhältnis von 1/3 männlicher Teilnehmer und 2/3 weiblicher Teilnehmerinnen. Da sich die *Clean Girl Ästhetik* klassischerweise auf eine weibliche Zielgruppe bezieht setzt sich das Sample hier ausschließlich aus weiblichen Teilnehmerinnen zusammen. *Gorpcore* wird von beiden Geschlechtern gleichermaßen adaptiert. Um hier jedoch die weibliche Dominanz der Befragten durch die *Clean Girl Ästhetik* etwas auszugleichen wurden hier 3 männlich und nur 2 weibliche Teilnehmer:innen befragt.

So wurden pro ästhetischer Strömung fünf Interviews durchgeführt. Diese Fallzahl erschien unter Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen und des Rahmens einer Masterarbeit angemessen, um eine inhaltliche Tiefe und theoretische Sättigung zu erreichen.

	Alter	Geschlecht	Ästhetische Zuordnung
T1	29	weiblich	Clean Girl
T2	20	weiblich	Clean Girl
T3	23	weiblich	Clean Girl
T4	26	weiblich	Clean Girl
T5	20	weiblich	Clean Girl
T6	25	weiblich	Gorp Core
T7	22	männlich	Gorp Core
T8	21	weiblich	Gorp Core
T9	22	männlich	Gorp Core
T10	25	männlich	Gorp Core

Tabelle 1: Übersicht Teilnehmende (eigene Darstellung)

8.2 Durchführung der Datenerhebung und -auswertung

Der entwickelte Leitfaden wurde in einem Pre-Test mit einer neutralen Person einmal getestet. Dabei wurde festgestellt, ob es Schwierigkeiten mit Begriffen oder Unklarheiten bei den formulierten Fragen gibt. (Weichbold, 2019) Durch die Fallauswahl im Sinne des Purposive Samplings war es gut und zeitnah möglich, passende Teilnehmer:innen für die Durchführung des Interviews zu akquirieren. Die Interviews wurden gebündelt innerhalb von zwei Wochen, Ende Juli und Anfang August 2025 durchgeführt.

Zur Gewährleistung einer ausreichenden Fallzahl sowie der Diversität innerhalb der Stichprobe wurden Interviews sowohl in Präsenz als auch telefonisch geführt. Diese flexible Vorgehensweise ermöglichte eine niedrigschwellige Teilnahme insbesondere für beruflich oder geografisch eingeschränkte Personen. Zudem zeigen Untersuchungen, dass telefonische Interviews im qualitativen Kontext, insbesondere bei leitfadengestützten Gesprächen mit klarer thematischer Fokussierung, ähnliche Ergebnisse hervorbringen wie Präsenzinterviews. (Novick, 2008; Sturges & Hanrahan, 2004)

Die Interviews wurden mit einem Aufnahmegerät festgehalten und anschließend transkribiert. Um den Prozess zu beschleunigen, wurde die inhaltlich-semantische Transkriptionsweise angewendet und eine gängige Softwarelösung für die Transkription genutzt. Gravierende grammatikalische Fehler im Sprachgebrauch wurden korrigiert, und andere sprachliche Besonderheiten wie Einschübe und Füllwörter fanden keine Berücksichtigung in der Transkription. Sie wurden nur dann übernommen, wenn sie als besonders relevant für die Aussagen der Teilnehmenden erschienen. (Dresing & Pehl, 2018)

Im nächsten Schritt wurde das Datenmaterial in die Auswertungssoftware eingegeben und im Rahmen des ersten Codierprozesses wurden Hauptkategorien basierend auf dem Interviewleitfaden erstellt. Danach wurden die Äußerungen der Teilnehmenden den festgelegten Kategorien zugewiesen und Überlegungen angestellt, ob es noch weiterer Kategorien bedarf. Im zweiten Durchgang der Codierung wurden Subcodes für die entsprechenden Hauptkategorien erstellt und die Daten diesen neuen detaillierten Kategorien zugeordnet. In diesem Prozess wurden Ergänzungen sowie kontinuierliche Anpassungen durchgeführt. Die Einordnung der Aussagen in das Kategoriensystem ermöglichte eine differenzierte Betrachtung und Vernetzung gemachter Aussagen hinsichtlich motivationaler Nuancen. Innerhalb der einzelnen Bereiche wurden die relevanten Punkte zur Beantwortung der Forschungsfragen herausgegriffen und paraphrasiert. Dieses Vorgehen hat es ermöglicht,

den Analyseprozess sowie die Darstellung der Ergebnisse zu vereinfachen. Außerdem werden gelegentlich direkte Zitate angeführt, um grundlegende Aspekte der Interviews zu stützen und einen anschaulichen Eindruck zu gewinnen.

9. Ergebnisse und Interpretation

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Analyse des codierten Datenmaterials im Hinblick auf die zuvor hergeleiteten Forschungsfragen dargestellt, wodurch das Erkenntnisziel der Arbeit adressiert wird.

9.1 Motivationale Beweggründe zur Aneignung ästhetischer Elemente (FF1)

Die Analyse der erhobenen Daten in Bezug auf Forschungsfrage 1 „Welche motivationalen Beweggründe führen dazu, dass junge Erwachsene die Social-Media-Ästhetiken Gorpcore und Clean Girl Aesthetic in ihre eigene Lebenswelt integrieren?“ zeigt, dass der Aneignung der Social-Media-Ästhetiken *Gorpcore* und *Clean Girl Aesthetic* durch junge Erwachsene komplexe motivationale Prozesse zugrunde liegen. Diese beinhalten nicht immer bewusste Entscheidungen, sondern bewegen sich in emotionalen, sozialen und symbolischen Dimensionen.

Beginnend mit der symbolisch, sozialen Komponente dienen Ästhetiken als soziale Marker, zur Gruppenzugehörigkeit, Differenzierung und sozialen Positionierung. Hier wurde in der Kodierung unterschieden zwischen Motiven der Identifikation, Inklusion und Distinktion.

Die inhaltliche Analyse zeigt, dass der Code der Inklusion am häufigsten auftritt, gefolgt von Distinktion und nur wenigen Fällen expliziter Identifikation. Insbesondere im Zusammenhang mit Inklusion treten zwei Formen der Regulierung hervor: zum einen eine durch äußere Einwirkungen initiierte Regulation, zum anderen eine identifizierte Regulation. Auffällig ist, dass in der motivationalen Orientierung insgesamt die kontrollierte Orientierung überwiegt.

Mit dem Überwiegen der Korrelation von kontrollierter Orientierung und Inklusion, wird deutlich, dass äußere Einflüsse eine maßgebliche Rolle spielen. Das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit führt hier dazu, dass die Übernahme ästhetischer Elemente durch eine kontrollierte Orientierung an anderen Gruppenkonventionen geschieht und äußere Stimulation

kontrollierend regulierend wirken, statt freie Inspiration zu bieten. Sie legen eine Konvention fest, die die Inklusion zu bestimmten Gruppen bedingt.

Teilweise wird diese implizite Vorgabe von ästhetischen Mustern als eine Form von äußerem Druck erlebt, teilweise sind diese Prozesse jedoch auch so stark internalisiert, dass sie identitär wirksam geworden sind. Die Person nimmt die Entscheidung für bestimmte ästhetische Muster, dann nicht mehr als kontrollierend, regulierend war, sondern hat diese Regulation schon so stark internalisiert, dass sie selbstbestimmter erlebt werden.

Unabhängig vom Aspekt der Inklusion überwiegt diese identifizierte Übernahme äußerer Impulse, gefolgt von der erwähnten Regulation durch äußeres Einwirken. Dies verdeutlicht nochmals, dass die Prozesse der ästhetischen Selbstpositionierung in hohem Maße durch verinnerlichte Orientierungen geprägt sind.

Bezogen auf die Distinctiveness Theory von Brewer (1991) wird sichtbar, dass das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit klar gegenüber Distinktion und Identifikation dominiert. Das Bedürfnis, sich innerhalb einer Gruppe zu bewegen und Zugehörigkeit zu sichern, zeigt sich in den Befunden deutlich. Zwar überwiegt die identifizierte Regulierung, jedoch deutet das häufige Auftreten von äußerer Regulation innerhalb des Inklusionscodes auf eine extrinsisch motivierte Tendenz hin. Dieses Muster bestätigt sich in den Codierungen, die eine deutliche Überschneidung zwischen Inklusion und extrinsischer Motivation aufzeigen. Gleichwohl finden sich auch Teilnehmende, die diese Prozesse als intrinsisch motiviert wahrnehmen, was sich wiederum mit der vollständigen Internalisierung der identifizierten Regulierung erklären lässt. Distinktion dagegen erscheint konsistent als intrinsisch motivierter Prozess und bleibt damit klar von Inklusion abgegrenzt.

Betrachtet man im Rahmen der Cognitive Evaluation Theory (Deci & Ryan, 1985), inwieweit die Aneignung ästhetischer Elemente im sozialen Handlungsrahmen als selbstbestimmt, fremdgesteuert oder sozial validiert erlebt wird, so wird deutlich, dass eine starke Autonomie erlebt wird. Die erfahrene Selbstbestimmung überwiegt hier mit dreifacher Häufigkeit im Vergleich zur Fremdbestimmung. Die erfahrene Selbstbestimmung korreliert dabei stark mit einer autonomen Orientierung sowie mit intrinsischer Motivation. Dies deutet darauf hin, dass die Dimension der Autonomie als psychologisches Grundbedürfnis gut erfüllt wird und die Wahl ästhetischer Inhalte in der Regel mit Zufriedenheit einhergeht. Zudem zeigt sich, dass informierende Ereignisse stärker mit Selbstbestimmung verknüpft sind als kontrollierende Ereignisse. Informationen aus dem sozialen Umfeld werden folglich überwiegend als Inspiration und Anregung verstanden, wobei die letztendliche Auswahl eigenmotiviert erfolgt und individuell adaptiert wird.

Demgegenüber steht das Drittel der Teilnehmenden, das Fremdbestimmung berichtet. In diesen Fällen dominieren kontrollierende Ereignisse, die eng mit extrinsischer Motivation und einer kontrollierten Orientierung verbunden sind. Hier zeigt sich, dass externe Vorgaben stärker handlungsleitend wirken, wodurch die Aneignung ästhetischer Elemente weniger als selbstbestimmt, sondern vielmehr als durch äußere Einflüsse reguliert erlebt wird.

Allgemein lässt sich also sagen, dass die motivationalen Beweggründe zur Übernahme ästhetischer Inhalte durch dieses Wechselverhältnis geprägt sind. Auf der einen Seite steht der selbstbestimmte, durch Autonomie geprägte Selbstaussdruck im Vordergrund, der sich allerdings nicht trennen kann von einer sozialen Eingebundenheit, da durch die Erfüllung bestimmter ästhetischer Gruppenkonventionen Zugehörigkeiten gesichert werden können, die das Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit bedienen, dass der Mensch als soziales Wesen sucht. Da dies integraler Bestandteil unserer psychologischen Zufriedenheit ist, liegt hier eine äußere Regulation vor, der nicht entflohen werden kann. Es wird sich angepasst und orientiert, um sich zugehörig zu fühlen. Dies wird teilweise so stark internalisiert, dass auch diese Prozesse als selbstbestimmt erfahren werden, teils sind sich Teilnehmer:innen aber auch einer äußeren Beeinflussung bewusst.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die motivationalen Beweggründe zur Aneignung ästhetischer Inhalte wesentlich durch das Wechselverhältnis von Selbstbestimmung und sozialer Einflussnahme geprägt sind. Zwar steht der autonome, selbstbestimmte Selbstaussdruck im Vordergrund, er bleibt jedoch eng an soziale Eingebundenheit gebunden. Durch die Orientierung an ästhetischen Gruppenkonventionen können Zugehörigkeiten gesichert werden, die das grundlegende Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit bedienen. Da diese Zugehörigkeit ein integraler Bestandteil psychologischer Zufriedenheit ist, erweist sich äußere Regulation als unvermeidbarer Faktor. Die Anpassung an soziale Erwartungen wird dabei so weit internalisiert, dass sie teils als selbstbestimmt erlebt wird, auch wenn sich viele Teilnehmende der externen Einflussnahme explizit bewusst sind. Folgende Darstellung versucht das beschriebene Spannungsverhältnis zu visualisieren.

ist, verschiebt sich die Motivation im jungen Erwachsenenalter zunehmend in Richtung Selbstbestimmung und individueller Autonomie. Dies wird an folgenden Aussagen besonders deutlich:

„Es wird immer mehr meine Entscheidung. Ich bin lange davon beeinflusst worden, was andere tragen und dann denke ich mir, boah die Schuhe sind super cool, die brauche ich auch unbedingt, weil es gerade so viele haben. Mittlerweile denke ich mir schon, dass ich natürlich auch Trends verfolge, aber dass ich mir dann schon denke – okay, mir gefällt das wirklich als Person.“ (T6)

„[...] früher wollte ich mehr dazugehören und dann wollte ich mich eher ein bisschen absondern [...]“ (T7)

„Ja, früher habe ich mich irrsinnig schwergetan, dass ich mich nicht verstelle. [...] ich habe mich in diesen Freundesgruppen wirklich komplett verstellt [...]. Und ich habe mich da so angepasst und das habe ich so komplett fallen gelassen. Ich bin jetzt immer ich selbst. Und darauf lege ich echt riesengroßen Wert, weil es ist mir egal, was andere denken über mich.“ (T8)

Jugendliche orientieren sich stärker an äußeren Normen und an dem, was innerhalb ihrer sozialen Bezugsgruppen als „cool“ oder „angesagt“ gilt. Die Motivation ist in dieser Phase primär kontrolliert und weniger selbstbestimmt, da der Druck der Zugehörigkeit und die Orientierung an konventionellen Leitbildern dominieren. Dies erklärt auch, warum das Spektrum ästhetischer Ausdrucksmöglichkeiten im Jugendalter vergleichsweise eingeschränkt bleibt. Gleichzeitig ist die Fähigkeit eigenständig neue Inspirationsquellen zu erschließen, in dieser Entwicklungsphase noch weniger ausgeprägt, während sie im jungen Erwachsenenalter durch zunehmende Selbstständigkeit und erweiterte Konsummöglichkeiten deutlich zunimmt.

Im Rahmen der *Cognitive Evaluation Theory* (CET) lässt sich zudem unabhängig vom jugendlichen Alter festhalten, dass Menschen ein natürliches Maß an Neugier und Erkundung haben. Ihre persönliche Entwicklung und Motivation hinter der Übernahme ästhetischer Inhalte ist somit eingebunden in äußere Einflüsse und Resonanzen (vgl. Abbildung 1). Die intrinsische Motivation den Selbstausdruck selbstbestimmt weiterzuentwickeln, wird dabei durch Autonomie und Kompetenz verstärkt.

Die Analyse der Korrelationen zwischen dem Erleben von Autonomie und externen Ereignissen bestätigt die Dominanz von Selbstbestimmung, die schon in der Betrachtung der motivationalen Beweggründe analysiert worden ist. Sie zeigt eine starke Korrelation mit der

Verfolgung von intrinsischen Zielen und dem Gefühl von Kompetenz. Informierende Ereignisse, die als Inspiration und produktives Feedback dienen, unterstützen das Erfahren von Autonomie weiter. Sie tragen dazu bei, dass sich die Befragten weiter selbstbestimmt im sozialen Gefüge aus Gruppendynamiken und Einflüssen positionieren. Die in der Codierung erkennbare Dominanz von Selbstbestimmung begünstigt darüber hinaus die Entwicklung vom Jugend- zum jungen Erwachsenenalter und unterstützt die sukzessive Loslösung von normativen Erwartungen des sozialen Umfeldes. Diese Entwicklungstendenz wird durch die Aussagen älterer Befragter zusätzlich untermauert:

„Ich schaue nicht mal nach, wie viele Likes ich habe. Also nicht so, wie Anfang der 20er, wo mir das extrem wichtig war.“ (T1)

„Das ist ja vollkommen wurscht: wenn es mir gefällt, dann ziehe ich es an. Ich habe das Gefühl, in den letzten fünf, sechs Jahren ist mein Stil gleich geblieben.“ (T4)

Die Betrachtung im Rahmen der *Organismic Integration Theory* (OIT) verdeutlicht, dass ein erheblicher Teil der extrinsischen Motivationen im Verlauf des Entwicklungsprozesses internalisiert wird. Wie bereits ausgeführt, üben externe Faktoren sowie die Steuerung durch Gruppenkonventionen und -zugehörigkeiten einen erheblichen Einfluss aus, der eine vollständig autonome Handlungsweise begrenzt. Mit zunehmendem Alter werden jedoch sowohl intrinsische Motivation als auch das Erleben von Autonomie in den meisten Fällen verstärkt und weiterentwickelt. Dies führt dazu, dass Individuen zunehmend das Gefühl gewinnen, ihr Leben im Rahmen gegebener Möglichkeiten selbstbestimmt gestalten zu können. Gleichwohl bleibt das Spannungsfeld zwischen Selbstbestimmung und sozialer Zugehörigkeit bestehen und prägt die Wahrnehmung vermeintlich autonomer Entscheidungen. Die Auswertung der Codierungen zeigt, dass ein Großteil der Regulationsformen als identifizierte Übernahmen äußerer Einflüsse verstanden werden kann. Kontrollierende und fremdbestimmte Bedingungen werden somit in einem Prozess der Internalisierung und Integration in das Selbstbild transformiert, wodurch sie paradoxerweise zum subjektiven Erleben von Autonomie beitragen. Auf diese Weise wird ein potenzieller innerer Widerspruch zwischen sozialer Fremdsteuerung und dem Erleben individueller Autonomie aufgehoben und in ein konsistentes Selbstverständnis integriert (vgl. Abbildung 1).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich die Motivation zur Adaption von Ästhetiken über die Zeit von stärker kontrollierten, extrinsisch geprägten Formen hin zu internalisierten und zunehmend intrinsischen Beweggründen entwickelt. Während in der

Jugend Zugehörigkeit und Orientierung am Außen dominieren, tritt im jungen Erwachsenenalter das Bedürfnis nach Selbstbestimmung und authentischem Selbstausdruck deutlicher in den Vordergrund und entwickelt sich mit fortschreitendem Alter weiter in Richtung verstärkter Autonomie. Dennoch bleibt das Spannungsfeld zwischen Fremdsteuerung und Autonomie bestehen, wobei externe Einflüsse zunehmend internalisiert und in das individuelle Selbstkonzept integriert werden.

Die Ausprägung dieser Entwicklungsprozesse variiert je nach ästhetischer Strömung und sozialem Kontext, zeigt jedoch übergreifend konsistente Tendenzen, die auf eine zunehmende Bedeutung von Autonomie und intrinsischer Motivation im Lebensverlauf hinweisen.

9.3 Rolle externer Bestätigung (FF3)

Wendet man sich der Forschungsfrage 3 „Welche Rolle spielt externe Bestätigung bei ästhetischer Adaption?“ zu, so muss zunächst einmal festgehalten werden, dass sich externe Bestätigung auf unterschiedlichen Ebenen abspielen kann. Während analoge Interaktionen traditionell den Rahmen für soziales Feedback bilden, hat Social Media als allgegenwärtiges Medium ein neues Feld sozialer Vergleichs- und Interaktionsprozesse eröffnet, das in vergleichbarer Weise externe Bestätigung hervorruft.

Beginnend mit analoger externer Bestätigung zeigt sich, dass die Relevanz von Feedback stark von der Beziehung zur sendenden Person abhängt. Rückmeldungen enger Freunde werden ernsthaft berücksichtigt und können zu Anpassungen des eigenen Verhaltens führen, wohingegen Kommentare entfernter Bekannter oder Unbeteiligter häufig als wenig bedeutsam wahrgenommen werden. Im digitalen Raum verschiebt sich dieses Muster, da Rückmeldungen nicht primär durch die Personalisierung der Quelle, sondern durch ihre Sichtbarkeit, Quantifizierbarkeit und Aggregation geprägt sind. Entscheidend ist hier weniger, wer eine Rückmeldung gibt, als vielmehr das entstehende Gesamtbild sozialer Resonanz und Akzeptanz innerhalb virtueller Gemeinschaften.

Im Rahmen der *Cognitive Evaluation Theory* (CET) lässt sich differenzieren, welche technisch vermittelten Signale als kontrollierende Ereignisse, also autonomieeinschränkend oder als informierende Ereignisse und autonomieunterstützend, wahrgenommen werden. Die Anzahl der Codierungen zeigen, dass Social Media beide Wirkungen in ähnlichem Umfang hervorbringt, sodass kontrollierende und informierende Einflüsse annähernd gleich stark

ausgeprägt sind. Informierende Ereignisse zeigen sich im digitalen Kontext vor allem in Form von Inspirationen, die durch algorithmische Empfehlungen bereitgestellt werden. Diese Vorschläge basieren häufig auf individuellen Vorlieben, die durch vorherige Nutzung identifiziert worden sind. Durch diese personalisierten Inhalte eröffnen sich neue Handlungsoptionen, etwa in Bezug auf sportliche Aktivitäten wie Tennis, Yoga oder Pilates, kulturelle Praktiken wie Lesen oder Cafébesuche oder auch ästhetische Ideale. In dieser Hinsicht wirken Social-Media-Inhalte als Quelle für neuen Input, der im Sinne der CET als autonomieunterstützend und kompetenzförderlich interpretiert werden kann. Dies wird besonders an folgenden Aussagen deutlich:

„Ich glaube aber nicht, dass ich selber [...] darauf gekommen wäre, aber es ist jetzt nicht so, dass ich es irgendwie hässlich finde und nur trage, weil es jetzt gerade alle Leute tragen oder weil es gerade im Trend ist. Also ich glaube schon, dass ich so meinem eigenen Gefühl treu bleibe, da aber von selber wahrscheinlich nie drauf gekommen wäre.“ (T5)

„Ich glaube, [...], es ist halt schon ganz cool, weil man halt auf ganz andere Ideen kommt. [...] Und so deswegen, ist es schon auch ganz lustig, dass man da halt, oder ganz cool, weil man halt auch neue Sachen finden kann.“ (T10)

„Ich glaube man braucht immer Stimulation von außen [...] weil sonst wüsste ich ja gar nicht, dass diese Sachen existieren.“ (T6)

„Ich habe verstanden, was ich will, was ich nicht will, was mir steht, was mir nicht steht, was mir irgendwie – was meine Persönlichkeit hervorbringt und nach vorne bringt. Und da hat mir Social Media und der Algorithmus auf jeden Fall geholfen.“ (T8)

Die informierenden Ereignisse entstehen aus einer Symbiose von aktiv gesuchtem Content und der algorithmischen Fortführung thematisch verwandter Inhalte. Die Wechselwirkung zwischen individueller Agency und algorithmischer Selektion hat zur Folge, dass User gezielt Inhalte konsumieren, die ihren Interessen entsprechen, und diese in ihr Selbstbild einfügen. Auf diese Weise wird die ästhetische Logik der sozialen Medien Teil des Selbstverständnisses, indem externe Einflüsse internalisiert und mit selbstbestimmten Vorlieben verknüpft werden. In diesem Zusammenhang gelten affirmierende Reaktionen wie Story-Likes als positiv, wohingegen ihr Fehlen kaum eine negative Reaktion nach sich zieht. Manche der Befragten sehen die Beobachtung von Trends als Freizeitgestaltung. Für sie sind externe Rückmeldungen nicht nur eine Bestätigung, sondern auch eine Form der Unterhaltung.

Gleichzeitig treten jedoch kontrollierende Ereignisse deutlich hervor. Diese ergeben sich einerseits aus impliziten Konventionen, die die Aufbereitung und Darstellung von Content bestimmen, wie zum Beispiel die Nutzung von Musik oder Carouselformaten in Postings. Andererseits spielt auch das passiv Ausgesetztsein gegenüber bestimmten Inhalten eine Rolle. Hierdurch können Vorlieben und Konsummuster unterbewusst übernommen werden. Die Birkenstock Boston-Schuhe und das Aufkommen weiter Hosen nach dem omnipräsenten Trend der Skinny Jeans, waren hier besonders häufig genannte Beispiele. Auch wenn diese Trends teilweise als positiv empfunden werden, zeigt sich, dass sie Begehrlichkeiten nach Produkten, Reisen oder Lebensstilen erzeugen können, die aus einer autonomen Motivation heraus womöglich keine Relevanz hätten. Dieser extern erzeugte Reiz, der kontrollierend Wünsche erzeugt, zeigt sich beispielhaft an folgenden Aussagen:

„[...] Boston Birkenstocks zum Beispiel, fand ich eigentlich ultra hässlich. Sehr, sehr lange Zeit habe ich sie immer öfter auf der Straße gesehen, weil sie sehr viele Leute getragen haben, eben weil man sie auf Social Media sehr viel gesehen hat und plötzlich fand ich sie cool.“ (T4)

Ich glaube das einzige, was ich schon sehr haben wollte, waren die Boston Birkenstocks. Ich fand auch, als ich die das erste Mal gesehen habe, was ich so – ich weiß nicht, irgendwie schaut das schon scheiße aus [...] und dann habe ich gesagt, vielleicht sind die doch ganz cool.“ (T10)

Auch das Matcha trinken, bestimmte Rennradschuhe oder Teilnahme an Reisen genannt, die auf den sozialen Medien als besonders positiv und begehrenswert dargestellt werden.

„Ich finde Matcha total eklig, aber habe es trotzdem schon zweimal oder dreimal getrunken irgendwie.“ (T5)

„So ein Matcha Girl, bin ich trotzdem. Das ist auch schwierig geworden. Oder so Pilates zum Beispiel. Das ist einfach so ein Hobby, das kriegt auf Social Media jeder mit. Jeder ist super toll angezogen und irgendwie schaut es richtig cool aus [...]. Und dann nach dem Yoga dann so ein Matcha und das ist nur durch Social Media so populär geworden. Change my mind, aber das geht jedem so.“ (T8)

„[...] So Videos, wo Leute im Sommer in Surfcamps gehen oder so. Ich weiß [...] das Surfen überhaupt nichts für mich ist, weil ich es schon mal gemacht habe und es total blöd fand [...] es sieht halt mega cool aus und hat dann irgendwie einen Reiz.“ (T5)

„Ich glaube in dem Fall sind es nicht die Influencer, sondern da kommen die Inhalte eher von den Profis. Zum Beispiel hat, wenn man ins Fahrerfeld schaut kein Mensch schwarze Rennradschuhe an – bei den Profifahrern keiner. Die haben alle weiß an.“
(T10)

Befragte sind sich der Beeinflussung bewusst, ihre Konsumententscheidungen richten sie trotzdem nach den dargestellten Normen aus und werden so durch sie gelenkt. Während die Befragten keine negativen Kommentare von Dritten berichteten, da sie keine professionellen Content-Creator:innen sind, artikulierten insbesondere weibliche Teilnehmerinnen eine implizite Erwartungshaltung zur Sichtbarmachung des eigenen Lebens. Diese Wahrnehmung deutet auf einem geschlechtsspezifischen Bias hin, der Frauen eher dazu bringt, sozialen Idealen gerecht zu werden und diese online zu reproduzieren. Viele der Befragten verbergen Likes auf ihren Postings absichtlich, um negativen Auswirkungen geringer Interaktionen vorzubeugen. Dies kann als Indiz dafür angesehen werden, dass quantitative Feedbackformen trotz bewusster Distanzierung unterbewusst eine Rolle spielen.

Insgesamt zeigt sich damit, dass Social Media sowohl informierende als auch kontrollierende Ereignisse hervorbringt, wobei beide Modi in engem Wechselspiel zueinanderstehen. Die Wahrnehmung externer Bestätigung erweist sich also als ambivalent. Einerseits wird sie als motivierend, authentisch und bestärkend beschrieben, andererseits kann sie kontrollierend, leistungsorientiert und entfremdend wirken. Auffällig ist, dass die Befragten externe Rückmeldungen im unmittelbaren Erleben überwiegend positiv bewerten. Die kontrollierenden Effekte entstehen weniger durch die Inhalte selbst, sondern vielmehr durch die Logik der sozialen Medien und die gegenseitige Sichtbarkeit und die damit in Verbindung stehende allgemeine Selbstdarstellung. Die fortwährende Weiterentwicklung visueller und ästhetischer Codes beschleunigt die Dynamik sozialer Konventionen und führt zu einem erhöhten Anpassungsdruck im Sinne der Inklusion. Auch hier lässt sich das immer wieder erwähnte Spannungsfeld aus Individualismus in Form von autonomen Entscheidungen und dem Drang nach Zugehörigkeit beobachten. Externe Bestätigung fungiert als ein Mechanismus zur Sicherung der Zugehörigkeit, während sie gleichzeitig den Konflikt zwischen Druck zur Konformität und individueller Abgrenzung verstärkt. (Brewer, 1991) Hier zeigt sich, dass soziale Medien nicht nur das Gefühl der Zugehörigkeit stärken, sondern auch eine permanente Neuverhandlung des Distinktionsbedürfnisses notwendig machen, dass durch die rasante Weiterentwicklung von ästhetischen Normen hervorgerufen wird.

9.4 Erleben von Selbstbestimmung (FF4)

Forschungsfrage 4 untersucht wie selbstbestimmt die gelebte Ästhetik erlebt wird. In welchen Zusammenhängen ästhetische Entscheidungen als selbstbestimmt wahrgenommen werden, ist nach der *Basic Psychological Need Theory* (BPNT) abhängig von der Erfüllung der drei psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, soziale Eingebundenheit und Kompetenz.

Autonomie wird dann im Sinne von Selbstbestimmung erlebt, wenn Individuen sich in einer sozialen Gruppe bewegen, deren Zugehörigkeit sie freiwillig gewählt haben, die sie als positiv bewerten und in der sie zugleich Akzeptanz sowie Anerkennung erfahren. Die Wahrnehmung sozialer Eingebundenheit kann dabei durch positive Rückmeldungen und Interaktionen innerhalb gruppenspezifischer Prozesse weiter gestärkt werden. Dies führt wiederum zu einem erhöhten Kompetenzerleben. Inwieweit Individuen die Wahl und Übernahme bestimmter sozialer Konventionen als selbstbestimmt erleben, ist also abhängig von diesen drei Komponenten. Im Folgenden soll hierzu betrachtet werden, wie stark Konventionen in das eigene Selbstkonzept integriert sind und ob dabei ein Gleichgewicht zwischen individueller Autonomie und der Integration in eine soziale Gruppe bestehen bleibt.

Auch hier überwiegen wieder Codierungen der Autonomie und Selbstbestimmung, dicht gefolgt durch Codes der Gruppenzugehörigkeit. Wie eingangs erwähnt sind Selbstbestimmung und Gruppenzugehörigkeit eng verknüpft, da diese nur als solche wahrgenommen werden können, wenn eine soziale Eingebundenheit gegeben ist. Die Anzahl der Codierungen zeigt außerdem, dass identifizierte Übernahmen von ästhetischen Konventionen als intrinsisch motiviert und selbstbestimmt wahrgenommen werden. Dadurch wird ein potenzieller Widerspruch zwischen äußerer Fremdsteuerung und individueller Selbstbestimmung in ein konsistentes Selbstverständnis überführt, auch wenn ein Spannungsfeld zwischen externen Einflüssen und Autonomie bestehen bleibt und fortlaufend durch die zunehmende Einbindung dieser Einflüsse in das Selbstkonzept bearbeitet wird (vgl. Abbildung 1).

Die enge Verknüpfung von Autonomie, intrinsischer Motivation und der identifizierten Übernahme äußerer Einflüsse deutet darauf hin, dass sich Individuen in sogenannten *optimal distinctive groups* bewegen. Gewählte Konventionen werden dabei als selbstbestimmt gewählt empfunden, also als ein individuelles Teil des Selbst, sind jedoch gleichzeitig Ausdruck der sozialen Zugehörigkeit und dem Bedürfnis nach Inklusion. Hier lassen sich Anknüpfungspunkte zur Optimal Distinctiveness Theory (Brewer, 1991) sowie zur Self-

Identity Theory (Ellemers & Haslam, 2012) herstellen, die beide das Spannungsfeld zwischen dem Streben nach Einzigartigkeit und der Integration in soziale Kontexte begründen.

Das Erleben von Selbstbestimmung spielt sich dabei vorrangig in folgenden Bereichen ab. Alle Teilnehmenden erwähnen das Motiv des Wohlfühlens und beschreiben damit ein Bedürfnis sich selbst in seinem ästhetischen Ausdruck wiederzufinden. Die eigene Ästhetik soll zur Persönlichkeit und den eigenen Interessen passen und einem damit das Gefühl geben, dass man auch in der äußeren Wahrnehmung man selbst ist. Dies wird an folgenden Aussagen besonders deutlich:

„Für mich ist es eher ein Wohlfühlen. Es ist jetzt gar nicht so, als bräuchte ich Komplimente, weil mit denen kann ich eh nicht umgehen [...] ich muss mich wohlfühlen.“ (T1)

„Dass ich mich wohlfühle. Also für mich ist es ein reines Wohlfühlen. Ich will mich damit identifizieren können und gute Assoziationen haben und einfach ich sein, was mir gerade gefällt.“ (T4)

„In erster Linie möchte ich mich wohlfühlen, in dem was ich trage und mache.“ (T10)

„[...] das Wichtigste ist einfach sich wohlfühlen, [...] einfach Kleidung tragen, die einen selbst verkörpert, wo man sich nicht fühlt, als würde man sich selbst verstellen.“ (T8)

Dabei besteht bei Teilnehmenden durchaus ein Bewusstsein für äußere Beeinflussungen, diese erwähnen im selben Zuge aber, dass sie sich trotzdem selbst aktiv für bestimmte ästhetische Ausdrucksweisen entschieden haben. Meistens wird in diesem Zusammenhang auch ein Grundgefühl beschrieben, dass schon immer eine Orientierung in diese Richtung bestand.

„Es gibt so eine Grundentscheidung und dann gibt es so Ergänzungen und Aussschwünge.“ (T5)

„Vielleicht aus einem Trend schon, aber aus den Grunddingen, glaube ich nicht. Sagen wir Pilates – [...] ich glaube auch, wenn er nicht mehr modern wäre [...] glaube ich trotzdem, dass ich weiter Pilates machen würde, einfach, weil es mir Spaß bringt.“ (T4)

„Ich glaube wirklich, man hat so ein Grund-, schon so ein Gefühl: ja auch das gefällt mir und das gefällt mir nicht. [...] So von seiner eigenen Ästhetik her, aber diese [...] Abweichungen von einzelnen Pieces irgendwie, [...] also das ist schon gesellschaftsgeprägt irgendwie und trendgeprägt.“ (T5)

Dass diese ästhetischen Entscheidungen und Orientierungen aus dem Selbst herauskommen, zeigt sich auch darin, dass Meinungen anderer keine große Bedeutung zugeschrieben wird. Bei den Teilnehmenden, die sich der *Clean-Girl-Ästhetik* zugeordnet haben, zeigt sich eine Wichtigkeit von Themenfeldern, wie Schlichtheit, Sauberkeit und dem Gefühl sein Leben im Griff zu haben. Die Personen, die sich eher in der *Gorp-Core-Ästhetik* wiedergefunden haben, erwähnten die Themen des draußen aktiv seins, radfahren, wandern und Laufen. In beiden Fällen lagen die jeweiligen Interessen und Orientierungen bereits vor der Wahl bestimmter ästhetischer Gestaltungen vor. Sie erklären jedoch, warum diese Ästhetiken anschließend als Quelle weiterer Inspiration und Motivation dienten, die eigene Lebenswelt entsprechend auszurichten. Im Sinne der Kompetenz werden Inspirationen besonders für Bereiche gesucht, die sehr gut beherrscht werden oder, wie im Rahmen der Themenfelder bereits angeklungen, die auf lang bestehende Kompetenzen und Orientierungen zurückgehen. Sie sollen ein bestehendes Gefühl von Können bestärken und weiter ausbauen.

„Ich habe eher das Gefühl, dass meine Interessen und so, die einfach schon immer da waren, eher so zufällig sowieso in die Ästhetik reinpassen.“ (T3)

„Also ich bin mittlerweile sehr ordentlich und mir ist Ordnung sehr wichtig und Sauberkeit auch. Deswegen fällt mir das nicht schwer.“ (T2)

„Weil ich habe mit dem Radfahren so mit zehn Jahren angefangen durch meinen Vater. Für mich ist das halt normal radfahren zu gehen. Und das, was jetzt mittlerweile cool ist, mache ich eigentlich schon immer.“ (T10)

Die gewählten Ästhetiken fördern also etwas, was den Personen schon immanent ist. In diesem Zusammenhang wird wiederholt auf die Motivation und den Wunsch hingewiesen, eine Außenwirkung herzustellen, die selbstgewählt ist und das empfundene Selbstbild auf möglichst positive Art und Weise vermittelt. Kompetenzerleben zeigt sich in diesem Zusammenhang auch dann, wenn Handlungen als im Einklang mit der eigenen Person stehend wahrgenommen werden und das Gefühl entsteht, bei sich selbst bleiben zu können. Die Teilnehmenden möchten mit ihrem Ausdruck ihrem Leben ein bestimmtes Gefühl geben. Die Gestaltung dieses Gefühls kann sich strategisch und bedacht oder spontan äußern. Hier gibt es keine klare Tendenz. Gleich bleibt jedoch die selbstbestimmte, aktive Wahl der Gestaltungen.

Das Erleben von Selbstbestimmtheit gestaltet sich nach der *Causality Orientations Theory* (COT) sehr individuell. Passend zum Überwiegen von Selbstbestimmtheit, überwog in

der Befragung auch die autonome Orientierung. Die Ästhetik manifestiert Wünsche, die der eigenen Persönlichkeit entspringen. Andere äußere Einflüsse fallen wenig ins Gewicht. Das Handeln und Gestalten im Sinne der eigenen Person und hieran geknüpft Wohlbefinden stehen im Fokus. Dicht gefolgt wird die autonome von der kontrollierten Orientierung, was das oben beschriebene Spannungsverhältnis von sozialer Eingebundenheit und Autonomie stützt. Sind äußere Regulierungen nicht weitestgehend internalisiert, so werden sie doch als lenkend akzeptiert und wirken damit kontrollierend.

„Aber ich habe mich halt für das entschieden, weil ich es schön finde, aber natürlich beeinflusst mich Social Media da extrem.“ (T1)

„Aber ich merke schon, dass ich mich davon beeinflussen lasse, wenn ich sehe, dass alle anderen genau dieselben Klamotten anhaben wie ich, weil die anscheinend genau denselben Beeinflussungen ausgesetzt sind.“ (T2)

„Also, wie gesagt, ich wäre wahrscheinlich nicht selber drauf gekommen und dann sehe ich diese 15 oder so eher 50 Videos mit Leuten, die das irgendwie cool stylen [...] und dann bin ich natürlich auch so, okay, krass – ja, brauche ich.“ (T5)

Diese Akzeptanz lässt sich durch das Motiv der Gruppenzugehörigkeit erklären, das wesentlich zur Befriedigung psychologischer Grundbedürfnisse und damit zur allgemeinen Zufriedenheit beiträgt.

„Ich würde sagen am ehesten wirklich dieses Dazugehören.“ (T2)

„Voll und dann entscheide ich trotzdem – finde ich das cool, fühle ich mich dazugehörig [...]“ (T4)

„Und man hat immer so ein Zugehörigkeitsgefühl. Weil, wenn ich jetzt ein Mädel sehe, die auch schon diesen Stil hat, dann weiß ich, mit denen kann ich reden [...]“ (T1)

Die kontrollierte Orientierung äußert sich in der bewussten Anlehnung an Konventionen, wobei bestimmte Marker erfüllt werden sollen. So werden am Beispiel der *Clean-Girl-Ästhetik* bestimmte Sportarten, wie Pilates oder Yoga oder Freizeitaktivitäten, wie im Café sitzen oder Matcha trinken gewählt und dargestellt. Es soll damit einer bestimmten Ästhetik entsprochen werden, um passende Resonanzen und Inklusion in bestimmte Gruppen auszulösen oder einem Ideal zu entsprechen. Dies geschieht trotzdem bewusst und aus eigener Motivation heraus. Zuletzt kann bei der amotivierten Orientierung festgestellt werden, dass

einige Teilnehmer nicht aktiv darüber reflektieren, warum sie bestimmte ästhetische Muster adaptieren.

„Ich würde sagen, es ist eine passive Entscheidung, das ist also nichts Aktives, wo ich sage, ja das – also natürlich schon, ich gehe in den Laden und kaufe mir das, aber es ist natürlich massiv davon beeinflusst von dem, was ich sehe.“ (T3)

Sie haben damit keine Motivation im klassischen Sinne, sondern diese Prozesse passieren in einer passiven Entwicklung, erleben die Gestaltung ihres Lebens aber trotzdem als selbstbestimmt.

9.5 Ziele hinter der Übernahme ästhetischer Elemente (FF5)

Die Ergebnisse zu Forschungsfrage 5 „Welche Ziele verfolgen die Befragten mit der Übernahme ästhetischer Elemente?“, zeigen, dass diese vor allem in der sozialen Verortung, der Erzeugung von Kollektivität sowie in der Balance von Inklusion und Abgrenzung liegen, zugleich aber auch mit intrinsischen wie extrinsischen Motivationen verknüpft sind und das Potenzial umfassen, symbolische Kapitalformen zu erlangen und gesellschaftliche Konventionen zu erfüllen.

Dabei zeigt die mehr als doppelt so hohe Anzahl der Codierungen ganz klar, dass die Motivation hinter diesen Zielinhalten überwiegend intrinsisch motiviert ist. Persönliche Entwicklungen, Beziehungen, Eingebundenheit und Gesundheit werden an den Ausdruck eines authentischen Selbstentwurfs geknüpft. Auch hier zeigt das Thema des Wohlfühlens wieder eine starke Präsenz. Wie oben bereits erwähnt spielt hier, die Außenwirkung der eigenen Persönlichkeit entsprechend, eine große Rolle. Eine soziale Positionierung und die Einbindung in Gruppenkonventionen gehen damit einher, gründen sich jedoch in persönlichen Anlagen sowie einem grundlegenden Geschmack an Interessen und Aktivitäten, die aus dem Selbst hervorgehen. Ein weiteres Motiv der intrinsischen Zielinhalte ist die Optimierung dessen, was bereits in der Gestaltung der Lebenswelt besteht.

„[...] bei mir ist es so, wenn ich am Morgen irgendwie ein Outfit anziehe, in dem ich mich wohlfühle, dann geht es mir am Tag schon viel besser.“ (T5)

„Ich habe schon das Gefühl, dass es etwas Lässiges ist, was in meinen Stil passen könnte [...] also, ja es gibt immer etwas, was man offline verbessern möchte oder ändern möchte.“ (T6)

„Also ich finde, es ist immer so, die haben alles im Griff, bei denen läuft nichts schief, die haben ihren Kleiderschrank sortiert, die trinken morgens ihren grünen Saft und dann noch ihren Matcha und Avocado Toast und ich glaube, das ist so ein Lifestyle quasi, wo ich mir denke, naja wäre schön, könnte ich den haben.“ (T2)

Dabei wünschen sich Teilnehmende, die sich der *Clean-Girl-Ästhetik* zuordnen ein geordnetes, leichteres Auftreten. Teilnehmende, die sich in der *Gorp-Core-Ästhetik* wiederfinden wollen hingegen ihre Leistungen weiter steigern, sich in einem Pool aus Experten bewegen, neue Dinge probieren und sich austauschen. Externe Reaktionen sind hier in einem ersten Schritt von nachgeordneter Bedeutung, können jedoch insbesondere dann Einfluss entfalten, wenn sie von nahestehenden Personen geäußert werden.

In der Befragung überwiegen zwar intrinsische Zielinhalte, aber auch extrinsische Ziele finden Erwähnung. Diese fokussieren sich auf äußere Anerkennung, Besitz, Status, soziale Attraktivität und stehen häufig in einem Zusammenhang mit Stress und geringer Selbstakzeptanz. Das Hauptthema im Bereich extrinsischer Motivation ist erneut das Streben nach Zugehörigkeit, das sich insbesondere in der Imitation von Zugehörigkeitsgefühlen und in der gezielten Ansprache relevanter Personengruppen zeigt. Auch das Herstellen einer positiven Außenwirkung kann als extrinsisches Ziel inkludiert werden, wenn dies nicht aus der Motivation des eigenen Wohlfühlens, sondern aus einem Druck der äußeren Bestätigung heraus geschieht.

„Ja wahrscheinlich die Wirkung auf andere, würde ich sagen. Also eine Gruppenzugehörigkeit? Ja eine Gruppenzugehörigkeit und auch wenn es Personen sind, die jetzt nicht zu meiner Gruppe sozusagen gehören, macht man ja trotzdem einen gewissen Eindruck auf andere Leute.“ (T3)

Ziel der Außenwirkung ist in diesem Fall eine soziale Positionierung und die Nutzung von Ästhetik als Träger symbolischer Bedeutungen, die auf bestimmte Wünsche, Zugehörigkeiten oder Statusansprüche verweisen.

Extrinsische und intrinsische Zielinhalte zeigen dabei aber auch Überschneidungen. Zugehörigkeit und Abgrenzung kann gleichermaßen durch explizite Handlungen wie Kleidung,

Styling oder Content-Produktion symbolisch sichtbar werden und bewegt sich dabei immer im Spannungsverhältnis aus Kollektivitätsgefühl und Individualismus. Gleiche Handlungen können dabei entweder durch äußere Bestätigung und dem Bedürfnis nach Inklusion begründet sein oder durch den Wunsch, sich mittels eines der Persönlichkeit entsprechenden Selbstaudrucks wohlfühlen.

10. Schluss

10.1 Fazit

Die vorliegende Arbeit hat die motivationalen Beweggründe der Generation Z für die Adaption der Social-Media-Ästhetiken *Gorpcore* und *Clean Girl Aesthetic* in die eigene Lebenswelt untersucht und diese im Lichte der Self-Determination Theory verortet. Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass visuelle Plattformen wie Instagram und TikTok nicht nur Räume ästhetischer Inspiration darstellen, sondern zunehmend zu Orten werden, an denen Identität, Zugehörigkeit und Selbstbild aktiv ausgehandelt und performativ inszeniert werden.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich die Aneignung ästhetischer Elemente in einem komplexen Gefüge aus Abhängigkeiten bewegt, die durch psychologische Grundbedürfnisse bedingt wird. Wie die Beantwortung der leitenden Forschungsfrage 1 gezeigt hat, besteht durchaus ein Gefühl der Autonomie und Selbstbestimmung bei ästhetischen Entscheidungen. Diese wird jedoch stark beeinflusst von einem Bedürfnis nach sozialer Eingebundenheit. Das Motiv des Dazugehörens taucht fast ausnahmslos bei allen Befragten auf. Es wird sich also autonom für ein Dazugehören entschieden, das ein Anpassen an Gruppenkonventionen bedingt. Dies eröffnet ein Spannungsfeld, das nahezu paradox wirken kann, da eine selbstbestimmte Entscheidung für eine Orientierung an äußeren Vorgaben, auf einer Form der Fremdbestimmung beruht. Dieses vermeintliche Paradox wird durch die Internalisierung äußerer Normen kognitiv legitimiert, sodass potenzielle innere Inkonsistenzen abgefedert und in ein konsistentes Selbstbild überführt werden können.

Mit Rückblick auf die theoretische Fundierung erscheinen diese Prozesse jedoch logisch und klar erklärbar. Denn unser soziales Zusammenleben verlangt nach einer Struktur. (Bourdieu, 1983) Gruppendynamiken in sozialen Strukturen funktionieren nur durch das Schaffen eines Systems an Normen. (Becker, 1982; Luhmann, 1997; Marx, 2022) Sie bilden die Leitdifferenzen in der Gestaltung unserer Lebenswelt. Hinzu kommen die psychologischen

Grundbedürfnisse des Menschen, die als soziales Wesen soziale Eingebundenheit genauso benötigen, wie das Gefühl der Autonomie. Hieraus ergibt sich die mit der *Distinctiveness Theory* erwähnte Balance zwischen Inklusion und Distinktion. (Brewer, 1991) Die Ästhetiken dienen den Befragten sowohl als Mittel kollektiver Verortung und Zugehörigkeit als auch als Instrument individueller Differenzierung, indem sie im Feld der ästhetischen Ausdrücke, nach Elementen suchen, die ihre Persönlichkeit widerspiegeln.

So ergibt sich ein Zusammenspiel intrinsischer und extrinsischer Motivationen. Zugehörigkeit, soziale Anerkennung und symbolische Kapitalformen können als extrinsische Faktoren wirken, die entweder auch als solche wahrgenommen und akzeptiert werden oder regulierend internalisiert werden. Intrinsische Motivation zeigt sich vor allem in einem starken Streben nach Selbstentfaltung, Kreativität und individueller Sinnstiftung. Dieser innere Antrieb sorgt teils auch für die eben angesprochene Verinnerlichung externer Einflüsse. Motivationen sind bei ästhetischen Entscheidungen also nicht als dichotom zu begreifen, sondern bewegen sich auf einem Kontinuum an empfundener Fremd- und Selbstbestimmung.

Durch die technische, digitale Ebene, die sich in der Welt der sozialen Interaktionen untrennbar eingewebt hat, hat sich ein Feld der ästhetischen Normen ergeben, das sich unabhängig vom unmittelbaren sozialen Umfeld abspielt und so bestimmte soziale Codes transportiert, die in einer gesamten Altersgruppe verstanden werden. Auf diese Weise entsteht eine soziale Positionierung, die zwar individuell ausgestaltet ist und sich am Kern der eigenen Person orientiert, zugleich jedoch innerhalb der durch ästhetische Strömungen hervorgebrachten Konventionen verläuft. So entsteht das erwähnte Wohlfühlen, das sich bei allen Teilnehmenden gezeigt hat. Sie entsprechen sich als Person und ihren Interessen, fühlen sich aber trotzdem sozial verortet und eingebunden. Sie haben ästhetische Konventionen internalisiert, sind sich einer Beeinflussung von außen bewusst, empfinden ihre Entscheidungen aber größtenteils trotzdem als selbstbestimmt.

Das Empfinden einer großteiligen Selbstbestimmung wird weiter untermauert durch den Fakt, dass externe Bestätigung keine zu große Rolle einnimmt. Sie führt zu keiner Abhängigkeit von Validierung durch andere. Bestätigung durch andere im digitalen Raum ist nicht ganz machtlos, so beschrieben einige Befragte doch ein Bewusstsein dafür, dass sie davon beeinflusst werden könnten, bekannte Kennzahlen hier aber deshalb bewusst ausschalten oder meiden. Nur Personen des innersten Kreises haben hier einen Einfluss. Im Großen und Ganzen stützen sich die Aussagen hier aber auf ein Autonomieempfinden.

Auch die Entwicklung der Motivation im Zeitverlauf zeigt eine Tendenz zum zunehmenden Finden des Eigenen im Feld der ästhetischen Konventionen, die im digitalen

Raum kursieren. Es wurde davon gesprochen, dass ein Inspirationsfeld eröffnet wurde, das den Horizont erweitert hat und dazu geführt hat zu verstehen, was dem eigenen Selbst entspricht. Die Teilnehmenden beschrieben insgesamt eine Tendenz, wonach mit zunehmendem Alter ein höheres Maß an Unabhängigkeit und Autonomie in der ästhetischen Gestaltung zum Ausdruck kommt. So zeigt sich allgemein wieder, dass die sozialen Medien zu einem weiteren Tool geworden sind in dem Konventionen und soziale Positionierung geschaffen wird. Diese scheinen aber nach den Ergebnissen der Befragung keine Fremdbestimmung zu begünstigen, sondern erweitern das Feld der möglichen Formationen von Kapital, sozialen Feldern und Konventionen nur auf eine digitale Sphäre und lösen sich damit von der Gebundenheit an die unmittelbare Umgebung.

10.2 Abschließende Reflektion und Limitationen

Die Arbeit konnte einen Beitrag dazu leisten, die bislang wenig beleuchteten motivationalen Prozesse hinter der Integration von Social-Media-Ästhetiken in die Lebenswelt der Generation Z zu verstehen. Indem theoretische Konzepte wie *Bourdieu's Kapitaltheorie* mit der *Self-Determination Theory* verknüpft wurden, konnte aufgezeigt werden, dass ästhetische Praktiken nicht isoliert zu betrachten sind, sondern in soziale, kulturelle und psychologische Dynamiken eingebettet sind. Damit wurde versucht ein beginnendes Verständnis dafür zu entwickeln, welche psychologischen Prozesse sich im Spannungsfeld zwischen Medienrezeption und -wirkung vollziehen.

Gleichzeitig ist anzumerken, dass die Befunde dieser Befragung unter Limitationen stehen: Mit zehn Befragten gestaltet sich die Fülle des Datenmaterials noch relativ gering. Hier müssten größere Personenanzahlen befragt werden. Auch wurde sich hier auf zwei von vielen kursierenden Ästhetiken beschränkt. Die schnelllebige, dynamische Weiterentwicklung digitaler Ästhetiken stellt eine fortlaufende Herausforderung für die Forschung dar. Zudem bringen die Ästhetiken jeweils eine ungleiche Verteilung der Geschlechter mit sich. Auch hier wäre es nötig in weiterführender Forschung, differenzierter zu betrachten, ob sich größere Unterschiede hinsichtlich dieses Punktes ausfindig machen lassen könnten. Es ist zudem zu berücksichtigen, dass ich mich als Forschende ebenfalls in der Zielgruppe der Befragten bewege und ich, trotz reflektierter Auseinandersetzung und angestrebter Neutralität, potenzielle Biases nicht vollständig ausschließen kann. Darüber hinaus begrenzt die explorative Anlage der Studie die Generalisierbarkeit der Ergebnisse weiter. Dennoch lässt sich festhalten, dass die Auseinandersetzung mit digitalen Ästhetiken einen zentralen Zugang zum Verständnis der

Identitätsarbeit junger Erwachsener bildet, den diese Arbeit versucht, explorativ zu eröffnen und damit einige Hinweise auf die gesellschaftliche Relevanz visueller Plattformkulturen im Allgemeinen liefert.

Insgesamt macht die Arbeit deutlich, dass Social-Media-Ästhetiken weit mehr als modische Phänomene sind. Sie sind Ausdruck eines Generationenerlebens, das Identität im Spannungsfeld von Selbstbestimmung und sozialer Eingebundenheit aushandelt. Es wird gezeigt, dass ästhetische Ausdrucksformen Produkt ihrer Zeit und medialen Möglichkeiten sind und dass wir uns als Individuen eben immer in dem Feld aus Ausdrücken bewegen, die uns vorgegeben werden und in denen wir uns bewegen. Diese Arbeit versucht den motivationalen Dynamiken einer digital geprägten Lebenswelt einen Spiegel vorzuhalten.

Literaturverzeichnis

- Asur, S., & Huberman, B. A. (2011). *Trends in social media: Persistence and decay* (arXiv:1102.1402). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1102.1402>
- Bourdieu, P. (1983). Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In R. Kreckel (Hrsg.), *Soziale Ungleichheiten* (S. 183–198). Schwartz.
- Brewer, M. B. (1991). *The social self: On being the same and different at the same time*. Personality and Social Psychology Bulletin, 17(5), 475–482.
<https://doi.org/10.1177/0146167291175001>
- Cartner-Morley, J. (2021, October 22). Gorpcore: why a new generation is choosing waterproof jackets over designer clothes. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/fashion/2021/oct/22/gorpcore-why-a-new-generation-is-choosing-waterproof-jackets-over-designer-clothes>
- Cartner-Morley, J. (2022, 11. Juli). From ‘clean girl’ to ‘night luxe’: What TikTok’s new aesthetics say about us. *The Guardian*.
<https://www.theguardian.com/fashion/2022/jul/11/clean-girl-night-luxe-tiktok-aesthetics>
- Chauhan, L. (2024). The influence of social media platforms on the formation and spread of consumer trends. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, 8(4), 1–12. <https://doi.org/10.55041/IJSREM32177>
- Chen, J. (2017, May 25). Gorpcore: Fashion’s Love Affair With the Great Outdoors. *New York Magazine*. <https://www.thecut.com/2017/05/gorpcore.html>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. American Psychologist, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Hrsg.), *Handbook of theories of social psychology* (Bd. 1, S. 416–436). SAGE Publications.

Dresing, T., & Pehl, T. (2018). *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse: Anleitung und Regelsysteme für qualitativ Forschende* (8. Aufl.). Dr. Dresing & Pehl GmbH.

Ellemers, N., & Haslam, S. A. (2012). Social identity theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology: Volume two* (pp. 379–398). SAGE Publications Ltd.
<https://doi.org/10.4135/9781446249222.n45>

Erz, A., Marder, B., & Osadchaya, E. (2018). Hashtags: Motivational drivers, their use, and differences between influencers and followers. *Computers in Human Behavior*, 89, 48–60. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.030>

Ford, R. (2022, 22. Juli). The problem with the ‘clean girl’ aesthetic. *Vogue UK*.
<https://www.vogue.co.uk/beauty/article/clean-girl-aesthetic>

Gadringer, S., Sparviero, S., Trappel, J., & Colaceci, A. (2024). *Digital News Report Austria2024. Detailergebnisse für Österreich*. Zenodo.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11546855>

Gibson, J. J. (1986). *The ecological approach to visual perception*. Lawrence Erlbaum Associates.

Habermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns: Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung; Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft*. Suhrkamp.

Hallinan, B., Jiménez-Martínez, C., & Sang, Y. (2021). Mapping the transnational imaginary of social media genres: A methodological proposal. *Social Media + Society*, 7(4), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051211063488>

Highsnobiety. (2022, 3. Mai). *Arc'teryx Isn't Just for Hikers — It's for Hypebeasts Too*.
<https://www.highsnobiety.com/p/arcteryx-fashion-gorpcore/>

Husserl, E. (1954). *Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie: Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie*. Martinus Nijhoff.

Kaur, M., & Anand, S. (2023). The impact of social media influencers on consumer purchase intention: A study of fashion industry in India. *Journal of Positive School Psychology*, 7(8), 3704–3712.

Kraus, B. (2015). The life we live and the life we experience: Introducing the epistemological difference between “Lifeworld” (Lebenswelt) and “Life Conditions” (Lebenslage). *Social Work & Society*, 13(2).

Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (5. Aufl.). Beltz Juventa.

Kunda, Z. (1990). *The case for motivated reasoning*. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480–498. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>

Lamnek, S., & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung: Mit Online-Materialien* (6. Aufl.). Beltz Juventa.

Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1–18.
<https://doi.org/10.1111/j.14602466.2008.01401.x>

Luhmann, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft* (2 Bde.). Suhrkamp.

Novick, G. (2008). Is there a bias against telephone interviews in qualitative research? *Research in Nursing & Health*, 31(4), 391–398. <https://doi.org/10.1002/nur.20259>

- Putra, F. E., & Afrilian, P. (2025). Visual culture in social media: A study on the influence of Instagram on aesthetics and youth culture trends. *Asian Journal of Media and Culture*, 1(1), 40–56. <https://ejournal.mdresearchcenter.id/index.php/ajmc>
- Mull, I. R., & Lee, S.-E. (2014). “PIN”-pointing the motivational dimensions behind Pinterest. *Computers in Human Behavior*, 33, 192–200. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.011>
- Pan, L. & Lee, C. T. (2024). How does engagement on social media reinforce life aesthetic literacy? The role of interpersonal and intrapersonal influences. *Computers in Human Behavior*, 161, 108409. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108409>
- Sahlins, M. (1976). *Culture and Practical Reason*. University of Chicago Press.
- Schütz, A., & Luckmann, T. (2003). *Strukturen der Lebenswelt* (Orig. 1975). Suhrkamp.
- Stahl, C. C., & Literat, I. (2022). #GenZ on TikTok: the collective online self-portrait of the social media generation. *Journal of Youth Studies*, 26(7), 925–946. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2053671>
- Steinke, I. (2000). *Gütekriterien qualitativer Forschung*. In U. Flick, E. von Kardorff & I. Steinke (Hrsg.), *Qualitative Forschung: Ein Handbuch* (S. 319–331). Rowohlt.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1996). *Grounded Theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Beltz.
- Sturges, J. E., & Hanrahan, K. J. (2004). Comparing telephone and face-to-face qualitative interviewing: A research note. *Qualitative Research*, 4(1), 107–118. <https://doi.org/10.1177/1468794104041110>
- Upagna, M., & Gaikwad, S. M. (2024). Social media influence on beauty trends. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, 8(4), 1–6. <https://doi.org/10.55041/IJSREM30870>

Wang, K. (2023). The impact of social media on consumer behavior. In Highlights in *Business, Economics and Management EDMS 2023* (Vol. 23, pp. 1198–1205). School of New Channel Fuzhou.

Weichbold, M. (2019). Pretest. In N. Bauer & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (2. Aufl., S. 299–304). Springer VS.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4>

Wiseman, E. (2024, 29. Dezember). The beige world of influencers has suddenly got a lot more gaudy. *The Guardian*. Abgerufen von
<https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2024/dec/29/the-beige-world-of-influencers-has-suddenly-got-a-lot-more-gaudy>

Zhang, M. M., & Ng, Y. M. M. (2023). #TrendingNow: How Twitter trends impact social and personal agendas? *Journal of Positive School Psychology*, 7(9), 303–316.

Hilfsmittel

Reflektion über die Nutzung von KI

Bei der Erstellung dieser Studie wurde an einigen Stellen KI eingesetzt. Hier handelte es sich lediglich um den Einsatz folgender Software:

OpenAI. (2025). *ChatGPT-5 (Version vom 07.August) [Large Language Model]*.
<https://chat.openai.com/chat>

Die generierten Ergebnisse wurden immer in Frage gestellt, und letztlich war es die eigene Arbeit der Autorin, die zu diesem Papier beigetragen hat. Das OpenAI-Programm ChatGPT diente nur als eine nützliche Hilfe.

Sie wurde für erstes Informationen sammeln in der Themenfindungsphase, bei der stilistischen Unterstützung einzelner Phrasen verwendet sowie zur Rechtschreibkontrolle im Schreibprozess genutzt. Die generierten Outputs und Anregungen wurden dabei immer auf Sinnhaftigkeit geprüft und galten lediglich der Unterstützung. Da die Nutzung hier nur implizit eingeflossen ist, können keine konkreten Passagen der Anwendung genannt werden. Das Hilfsmittel ist während des gesamten Schreibprozesses immer wieder herangezogen worden, und galt der Überarbeitung und Anpassung, hat aber nie zu tatsächlichen wissenschaftlichen Arbeit beigetragen.

Anhang

I. Codier-Leitfaden nach Kuckartz (2022)

Hauptkategorie: **Autonomie**

Subkategorie: **Selbstbestimmung**

Definition:

Die beschriebene Handlung geht aus dem Selbst hervor und ist eigenmotiviert.

Ankerbeispiel:

„Für mich selber eigentlich, dass ich mich wohlfühle hauptsächlich. Also, dass ich mich wohlfühle, wenn ich rausgehe, weil ich irgendwie die Sachen Mag, die ich an habe und so.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Handlungen als selbstinitiiert, eigenmotiviert oder unabhängig von äußerem Druck beschrieben werden. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen Handlungen primär durch externe Erwartungen, sozialen Druck oder materielle Anreize gelenkt werden.

Subkategorie: **Fremdbestimmung**

Definition:

Die beschriebene Handlung wird von äußeren Einflüssen, Druck oder Erwartungen beeinflusst und nicht vollkommen eigenmotiviert. Es wird eine Abhängigkeit von weiteren Faktoren deutlich.

Ankerbeispiel:

„Ja schon, würde ich sagen. Den Druck, immer mal. Also ich glaube, so nicht viel mehr oder beziehungsweise, als ich jünger war noch mehr als jetzt. Jetzt kann ich deutlich besser damit umgehen. Aber ich merke schon, dass ich mich davon beeinflussen lasse [...].“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Handlungen überwiegend durch äußere Einflüsse, sozialen Druck oder externe Erwartungen motiviert sind. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen die Handlung klar als selbstbestimmt, eigenmotiviert oder unabhängig von externen Faktoren beschrieben wird.

Hauptkategorie: **Kompetenz**

Definition:

Befragte äußern sich zu dem Gefühl von Können in ihrem ästhetischen Ausdruck.

Ankerbeispiel:

„Ich finde es richtig gut und cool Kontrolle darüber zu haben, in welche Richtung du heute gehen möchtest, also was du heute anziehst. Entweder ich bin so richtig casual angezogen, wirklich mit dem Jogging-Look und ich bin trotzdem confident. Egal, was ich an habe, ich bin irgendwie confident.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte sich dazu äußern, ob sie eine Form von Sicherheit, Können oder Souveränität in ihrem Handeln empfinden. Diese Aussagen können auch negativ ausfallen. Nicht codiert werden Textstellen in denen es nicht, um eine Form von Kompetenz erleben geht.

Hauptkategorie: Gruppenzugehörigkeit**Subkategorie: Identifikation****Definition:**

Befragte sprechen davon, dass sie sich selbst in etwas wiederfinden und identifizieren können.

Ankerbeispiel:

„Ich finde mich da schon sehr wieder [...]. Natürlich will jeder individuell sein und es hat auch irgendwie jeder noch so einen eigenen Touch drinnen. Aber das ist das, wo man sich sieht, wo man sich auch wohlfühlt.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihre Zugehörigkeit zu einer Gruppe durch Identifikation mit deren Werten, Normen oder ästhetischen Ausdrucksformen beschreiben. Nicht kodiert werden Aussagen, die sich ausschließlich auf Abgrenzung von Gruppen beziehen oder in denen keine persönliche Identifikation, sondern lediglich eine Beobachtung oder Beschreibung der Gruppe erfolgt.

Subkategorie: Inklusion**Definition:**

Befragte fühlen sich als Teil einer Gruppe und/ oder die Zugehörigkeit zu einer Gruppe gestaltet sich als Motiv zur Gestaltung des eigenen ästhetischen Ausdrucks.

Ankerbeispiel:

„Also gerade, wenn man mit neuen Leuten ist, ist finde ich so, auch wenn es sich blöd anhört, das Äußere das erste Punkt, wo man ja irgendwie drüber anknüpfen kann. Und okay, die haben ähnliche Klamotten an wie ich, dann kann ich schon darauf schließen, dass die vielleicht auch ähnliche Interessen haben wie ich.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte beschreiben, dass sie sich als Teil einer Gruppe fühlen oder dass die Zugehörigkeit zu einer Gruppe ein zentrales Motiv für die Gestaltung ihres ästhetischen Ausdrucks darstellt. Nicht kodiert werden Aussagen, die lediglich eine oberflächliche Orientierung an Gruppentrends ohne erlebtes Zugehörigkeitsgefühl schildern oder ausschließlich Abgrenzung von Gruppen thematisieren.

Subkategorie: **Distinktion****Definition:**

Befragte machen mit ihren Aussagen deutlich, dass sie sich gegenüber anderen abgrenzen wollen.

Ankerbeispiel:

„Ich möchte mich ein bisschen absondern auf jeden Fall und dadurch vielleicht auch eine Art von Confidence zeigen, maybe [...] aber ja, für mich, ich weiß nicht, mich ein bisschen was zu trauen.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte explizit oder implizit zum Ausdruck bringen, sich von anderen Personen oder Gruppen abgrenzen zu wollen: sei es durch ihren ästhetischen Ausdruck, ihre Handlungen oder Haltungen. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen lediglich Zugehörigkeit oder Anpassung an eine Gruppe beschrieben wird, ohne den Aspekt der bewussten Abgrenzung zu betonen.

Hauptkategorie: **Ziel**Subkategorie: **intrinsische Motivation****Definition:**

Hinter den verfolgten Zielen sitzt eine intrinsische Motivation im Sinne eines eigenen Antriebs, der selbstinitiiert und eigenmotiviert ist.

Ankerbeispiel:

„Ich glaube, also jetzt wieder auf Style bezogen, mich irgendwie gut fühlen. Also ich finde – bei mir ist es so, wenn ich am Morgen irgendwie ein Outfit anziehe, in dem ich mich wohl fühle, dann geht es mir an dem Tag schon viel besser.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihre Ziele mit einem inneren Antrieb, persönlichem Interesse oder selbstinitiierten Motiven begründen. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen die Zielverfolgung vorrangig durch äußere Einflüsse, soziale Erwartungen oder externe Belohnungen bestimmt wird.

Subkategorie: **extrinsische Motivation**

Definition:

Das verfolgte Ziel ist abhängig von äußeren Faktoren, die keinen rein eigenmotivierten Antrieb verfolgen.

Ankerbeispiel:

„Ja ein anderer Teil, ist wirklich dieses Nacheifern. Also gerade bei Pinterest habe ich dann meine Boards und sortiere mir das und dann nehme ich mir das am nächsten Morgen und bastle es genauso nach, mit den Klamotten zum Beispiel.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihre Zielverfolgung auf äußere Faktoren zurückführen, etwa soziale Erwartungen, Anerkennung, materielle Anreize oder äußeren Druck. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen die Motivation klar als selbstinitiiert, eigenmotiviert oder unabhängig von externen Einflüssen beschrieben wird.

Hauptkategorie: **motivationale Orientierung**

Subkategorie: **autonome Orientierung**

Definition:

Befragte erleben ihr Verhalten als selbstbestimmt und von persönlichen Interessen, Werten oder Bedürfnissen geleitet. Sie nehmen Situationen als Möglichkeiten zur Wahlfreiheit und Selbstentfaltung wahr.

Ankerbeispiel:

„Ich glaube A, weil ich es gern mache und B, weil ich auch einfach glaube, dass es gut ist. Und ob das jetzt Rennradfahren ist oder jetzt das Fitnessstudio oder ob es ein ganz anderer Sport ist, ist am Ende wahrscheinlich egal. Ich denke, ja, man bewegt sich und das ist gut für einen.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihr Handeln als eigeninitiiert, selbstbestimmt oder an persönlichen Interessen und Werten orientiert darstellen. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen das Verhalten vorrangig durch äußeren Druck, externe Erwartungen oder Kontrollmechanismen bestimmt ist.

Subkategorie: **kontrollierte Orientierung**

Definition:

Befragte erleben ihr Verhalten primär als Reaktion auf externe Anforderungen, Erwartungen oder Belohnungen. Ihre Motivation entsteht vor allem durch äußeren Druck, durch soziale Normen oder Belohnungssysteme oder durch inneren Druck, in Form von Schuldgefühlen oder Angst vor Ablehnung.

Ankerbeispiel:

„Ich sage es, wie es ist – weil ich meine, das ist das Erste, was man macht: ah haben da schon Leute den Post geliked, obwohl es eigentlich scheißegal ist, ob sie es geliked haben oder nicht, aber trotzdem hat man so das Gefühl, es ist doch wichtig, wie es ankommt.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihr Verhalten als durch äußere Erwartungen, Belohnungen oder Druck bestimmt beschreiben oder innere Zwänge wie Schuld oder Angst vor Ablehnung als handlungsleitend anklingen. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen Handlungen als selbstbestimmt, frei gewählt oder primär durch persönliche Interessen und Werte motiviert dargestellt werden.

Subkategorie: amotivierte Orientierung**Definition:**

Befragte erleben nur eine geringe Verbindung zwischen ihrem Verhalten und den erzielten Ergebnissen. Diese Orientierung ist gekennzeichnet durch Passivität und geringe Selbstwirksamkeit.

Ankerbeispiel:

„Ich würde sagen, das ist eine passive Entscheidung. Es ist also nichts aktives, wo ich sage, ja, das – also natürlich schon, ich gehe in den Laden und kaufe mir das, aber es ist natürlich massiv davon beeinflusst von dem, was ich sehe.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte fehlende Motivation, oder geringe Selbstwirksamkeit äußern. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen Handlungen als selbstbestimmt, extrinsisch motiviert oder durch externe Einflüsse gelenkt beschrieben werden.

Hauptkategorie: äußere Faktoren**Subkategorie: informierendes Ereignis****Definition:**

Externe Rückmeldungen, die das Gefühl von Kompetenz und Selbstwirksamkeit stärken. Dazu gehören konstruktives Feedback, Inspiration oder authentische Anerkennung, die die intrinsische Motivation fördern und die wahrgenommene Selbstbestimmung unterstützen.

Ankerbeispiel:

„Ich glaube, ich freue mich wirklich immer, wenn ich ein Kompliment bekomme und bin so, ah, cool, danke. Aber wenn jetzt niemand irgendwie was dazu sagt, dann bin ich jetzt nicht enttäuscht darüber, dass mein neuer Rock jetzt keine Kommentare ausgelöst hat.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen zum Ausdruck kommt, dass Befragte durch externe Rückmeldungen oder Anerkennung in ihrem Handeln bestärkt oder in ihrem Kompetenzzempfinden unterstützt worden zu sein. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen externe Rückmeldungen als kontrollierend, verpflichtend oder fremdbestimmend erlebt werden.

Subkategorie: **kontrollierendes Ereignis****Definition:**

Externe Einflüsse wie Belohnungen oder Lob, die als impliziten Erwartungen empfunden werden. Sie schränken die wahrgenommene Selbstbestimmung ein und können die intrinsische Motivation schwächen, da das Verhalten stärker als von äußeren Faktoren gesteuert erlebt wird.

Ankerbeispiel:

„Und ich muss schon sagen, ich habe mich früher eher, also mehr sexy gekleidet, jetzt ja gar nicht mehr. Also Ausschnitt ist ja bei mir gar nicht vorhanden und ich bin dann aber drauf gekommen, dass ich bei Männern die falsche Intention wecke und das ist mir schon sehr wichtig, dass ich eher Wifey-Material ausstrahle, als der nächste Banger.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen sich externe Einflüsse als einschränkend, verpflichtend oder fremdbestimmend äußern. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen externe Rückmeldungen als unterstützend oder kompetenzförderlich wahrgenommen werden.

Hauptkategorie: **Regulierung**Subkategorie: **Identifizierte Übernahme von Äußerem****Definition:**

Äußere Normen, Ziele oder Anforderungen werden als persönlich wertvoll anerkannt und bewusst in eigenes Handeln integriert. Das Verhalten bleibt zwar extrinsisch motiviert, ist jedoch vollständig in das Selbstkonzept integriert.

Ankerbeispiel:

„Ich glaube, der Trend wird mit vorgegeben, dann überlege ich, ob ich das wirklich gut finde. Oft sind es dann auch Sachen, die ich eigentlich gar nicht gut finde, dann sehe ich sie immer öfter und dann plötzlich finde ich sie gut. Also ich meine, das soziale Medium gibt mir das vor und ich adaptiere es dann in der Regel und finde es plötzlich ansprechend.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte äußere Einflüsse, Normen oder Ziele als bedeutsam anerkennen und diese aktiv in ihr Selbstkonzept oder ihr Handeln aufnehmen. Nicht kodiert werden Aussagen,

in denen das Verhalten lediglich durch äußeren Druck (introjizierte Regulation) oder durch eine vollkommende externale Regulierung begründet ist.

Subkategorie: **Regulation durch äußeres Einwirken**

Definition:

Es werden Formen der Verhaltenssteuerung beschrieben, bei denen äußere Normen oder Erwartungen zwar handlungsleitend sind und angenommen werden, dabei aber nicht vollständig internalisiert wurden.

Ankerbeispiel:

„Pilates zum Beispiel: Ich würde jetzt nicht in einer weiten Adidas Hose dorthin gehen. Das passt einfach nicht. Da kauft man sich dann schon so die Range-Rover-Mom-Westen und Bootcut Hose und entspricht dem, weil man sich im Kurs der Gruppe zugehörig fühlt [...]. Und ich meine trotzdem muss es etwas sein, was man ansprechend findet, [...], weil sonst würde man es nicht kaufen.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihr Verhalten mit einem inneren Druck begründen und damit eine teilweise Übernahme äußerer Normen sichtbar machen. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen das Verhalten ausschließlich durch externe Belohnungen oder Strafen motiviert ist (externale Regulation), oder Aussagen, in denen die Normen als voll verinnerlicht und persönlich wertvoll anerkannt beschrieben werden (identifizierte Regulation).

Subkategorie: **externale Steuerung**

Definition:

Externale Steuerung bezeichnet eine Form der Motivation, bei der Verhalten ausschließlich durch äußere Reize bestimmt wird. Sie ist stark kontrolliert und weist einen geringen Grad an Selbstbestimmung auf.

Ankerbeispiel:

„Ich weiß nicht, ich betreib die Darstellung so, um so viele Leute, wie möglich auf mein Profil zu ziehen und das hat in der Vergangenheit funktioniert.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihr Verhalten direkt auf externe Anreize zurückführen. Nicht kodiert werden Aussagen, in denen zusätzlich eine teilweise Internalisierung erkennbar ist oder in denen Handlungen klar als selbstbestimmt beschrieben werden.

Hauptkategorie: **Einfluss Plattformlogik**

Definition:

Es wird der Einfluss von Social Media und/ oder der Logik der Algorithmen beschrieben und in einen Kontext gesetzt.

Ankerbeispiel:

„Wahrscheinlich schon, weil ich konsumiere wahnsinnig viel Social Media und je mehr du was siehst und dir das gefällt desto mehr willst du es.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte den Einfluss von Social Media oder algorithmischen Strukturen thematisieren, etwa in Bezug auf die Wirkung dieser Mechanismen auf ihr eigenes Verhalten. Nicht kodiert werden Aussagen, die lediglich allgemeine Nutzungserfahrungen mit Social Media schildern, ohne den spezifischen Einfluss auf ihre eigene Lebenswelt zu benennen.

Hauptkategorie: **Vergleich zu früherem Ich**

Definition:

Es wird ein Bezug zu den Handlungsmustern des jüngeren Ichs hergestellt und vergleichend der heutigen Position gegenübergestellt.

Ankerbeispiel:

„Also früher war das schon ganz stark. Da wollte man dann auch in diese schönen Restaurants oder zu schönen Brunch-Spots. Mittlerweile ist mir das eigentlich egal [...]. Das ist geshiftet bei mir. Und es ist mir nicht mehr so wichtig, dass ich das dann auch immer zeigen muss, wo ich war.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte ihr aktuelles Verhalten, ihre Einstellungen oder Handlungen mit früheren Handlungsmustern ihres jüngeren Ichs vergleichen und Veränderungen explizit herausstellen. Nicht kodiert werden Aussagen, die lediglich gegenwärtige Handlungen beschreiben, ohne einen direkten Bezug zur Vergangenheit oder einen Vergleich herzustellen.

Hauptkategorie: **Social Media Nutzung**

Definition:

Befragte beschreiben die eigene Social Media Nutzung.

Ankerbeispiel:

„Hauptsächlich Instagram und TikTok. Ich habe aber auch Snapchat, da würde ich sagen, das nutze ich so ein-, zweimal im Monat, wenn ich was bekomme, aber nicht so aktiv. YouTube, hauptsächlich so Meditationen, Workouts und zwei Influencern folge ich da. [...]"

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte beschreiben, wie, wann und welche Plattformen genutzt werden. Nicht kodiert werden Aussagen, die nicht in diesen Rahmen fallen.

Hauptkategorie: **Ästhetik**

Definition:

Befragte ordnen sich einer Ästhetik zu.

Ankerbeispiel:

„Das ist die Clean-Girl-Ästhetik. Selbst, wenn ich wandern gehe, würde ich wahrscheinlich eine beige Hose anhaben und diese weiße Uniqlo-Jacke, die ich jetzt unbedingt haben will.“

Kodierregel:

Es werden alle Textstellen kodiert, in denen Befragte sich einer Ästhetik zuordnen. Nicht codiert werden Aussagen, die nicht in diesen Rahmen fallen.

II. Interviewleitfaden mit Literaturbezug

Interviewleitfaden:

Motivationale Beweggründe der GenZ für die Adaption der Social-Media-Ästhetiken *Gorpcore* und *Clean Girl Aesthetic* in die eigene Lebensrealität anhand der Self-Determination-Theory

Forschungsfragen

FF1: Welche motivationalen Beweggründe führen dazu, dass junge Erwachsene die Social-Media-Ästhetiken *Gorpcore* und *Clean Girl Aesthetic* in ihre eigene Lebensrealität integrieren?

FF2: Wie verändert sich die Motivation der Adaption von Ästhetiken über die Zeit?

FF3: Welche Rolle spielt externe Bestätigung hier?

FF4: Wie selbstbestimmt wird die gelebte Ästhetik erlebt?

FF5: Welche Ziele verfolgen die Befragten mit der Übernahme ästhetischer Elemente?

Abschnitt	To Say / Fragen	To Dos	Rationale / Ziel	Literaturbezug & Theoretische Relevanz
Vorbereitung				
Vorbereitung Raum, Unterlagen & Technik	-	Nimmt mein Handy richtig auf; Datenschutzerklärung ausgedruckt; Moodboards ausgedruckt; Wo wird das Interview geführt?; Incentive dabei?		
1. Einführung [ca. 5 min., 0:00 – 0:05]				
Begrüßung & Vorstellung der Moderation	Hinweis vorab: Super, wäre es, wenn du dein Handy auf „Nicht stören“ stellst, damit wir während der Aufnahme nicht abgelenkt werden.		Entspannte, vertraute Atmosphäre schaffen	
Aufzeichnung der Daten, Zusage von Anonymität, Erinnerung Zustimmung Datenschutz		Einholen der Datenschutzerklärung	Informierte Teilnahme sicherstellen	
Rahmen der Masterarbeit erläutern	- Thema: Einfluss sozialer Medien auf Lebensrealität und ästhetischen Ausdruck - Soziale Medien prägen visuelle Stile, Trends und Normen – bewusst und unbewusst	Aufnahme starten!	Kontext geben und für thematisches Verständnis sorgen	

	• Visuelle Muster entstehen durch komplexe Wechselwirkungen und aktive Partizipation der Nutzer*innen • Diese Muster beeinflussen unser Selbstbild und unsere Identitätsentwicklung • Zentrale Frage: Warum übernehmen wir bestimmte visuelle Stile in unseren Alltag? • Ziel: Analyse der Motivation hinter Stilübernahmen im Spannungsfeld von digitalem Einfluss und individueller Identität			
Empfehlungen Diskussions-verhalten / Ablauf der Diskussion	• Es geht um deine Meinungen, Empfindungen und Beobachtungen. • Du kannst gern ganz frei alles erzählen, was dir zu den Fragen in den Sinn kommt und darfst natürlich ganz selbst entscheiden, wie viel du teilen möchtest. • Falls etwas unklar ist, frag gern einfach nach. • Mich interessiert deine persönliche Meinung. Es ist auch okay, wenn du etwas anders siehst, als eine vielleicht als vorherrschend empfundene Meinung oder gar keine starke Meinung zum Thema habst. • Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Ich finde es spannend zu beobachten, wie Menschen Situationen individuell wahrnehmen und sich darin selbst verorten. Jeder macht schließlich andere Erfahrungen. Das ist ja das Spannende daran.		Entspannte, sichere Atmosphäre schaffen	
Sozialer Erwünschtheit vorbeugen			Soziale Erwünschtheit vermeiden	

Vorstellung	Bevor wir beginnen, wäre es toll, wenn du dich noch einmal kurz mit Name, Alter und Geschlecht vorstellst und kurz erzählst, was du studierst/ lernst/ arbeitest.		Demografische Daten einholen	
2. Warum-up & Kontextualisierung [ca. 5 min, 0:05 – 0:10]				
Thematische Überleitung	Heute soll es unter anderem um soziale Medien wie Instagram, TikTok und Pinterest gehen, um all die Inhalte, die dich ästhetisch inspirieren und vielleicht ein Vorbild bilden.			
Frage 1: lockerer Einstieg	Deswegen wäre es zu Beginn erstmal spannend zu erfahren welche Plattformen du nutzt.		In welchem Rahmen bewegt sich der/ die Befragte?	
Frage 2: Nutzungsfrequenz	Wie häufig nutzt du diese Plattformen? Zu welchen Tageszeiten und in welchem Kontext?		Wie gestaltet sich die Nutzung konkret?	
Frage 3: Motivation der Nutzung [hier ggf. noch weiter Nachhaken und andere Bereiche abfragen, wenn von Selbst nur auf einen eingegangen wird]	Was bringt dich dazu soziale Medien zu nutzen? → Wie würdest du deine Nutzungsmotive nach folgenden Motiven gewichten: Entertainment (Entspannung, Ablenkung, Zeitvertreib), Informationsbeschaffung (Orientierung, soziale Beobachtung), identitäre Beweggründe (Selbstkonzept, Selbstdarstellung) oder der soziale Aspekt (Freundschaften, Zugehörigkeit) der Plattformen?		Motivation der Social Media Nutzung	McQuail, D. (1983): Aufschlüsselung der Motivationen nach Kategorien

Frage 4: Eisbrecher und thematische Exposition	Zum Einstieg würden wir gerne wissen: Welche Ästhetiken und Stile begegnen dir hier häufig?		Algorithmen sind trainiert auf bestimmte thematische Bubbles: In welcher Bubble bewegt sich der/ die Befragte; welche Themen erscheinen oft im Feed?	
Frage 5: Stimulus	Gibt es bestimmte Trends und Stile, mit denen du dich besonders gut identifizieren kannst? Findest du dich in den hier gezeigten Stilen irgendwo wieder?	Moodboards zeigen, die jeweils einmal die Clean Girl und einmal die GorpCore Ästhetik zeigen		
Frage 6: Grund für Faszination [anpassen an die jeweils gewählte Ästhetik]	Was fasziniert dich besonders an der Clean Girl/ Gorp Core Ästhetik und bringt dich dazu Teile dessen selbst zu adaptieren?		Welche Begründung nennt der/ die Befragte selbst ohne das Backing durch die STD dafür, dass die Ästhetik mit ihnen resoniert?	
3. Basic Psychological Needs Theory: BPNT [ca. 5 min., 00:10 – 00:15]				
Relevante für die vollständige Untermauerung und Erfassung des Konstrukts der SDT				
Frage 7	Wie sehr würdest du sagen, ist es deine Entscheidung Teile dieses Stils zu leben oder dich so auszudrücken?		Wir der Stil frei gewählt und fühlt damit durch autonomes Handeln zu Erfüllung?	Deci & Ryan (2012): Autonomie

Frage 8	Gab es Momente, in denen du gemerkt hast, dass du dich von außen hast beeinflussen lassen, vielleicht auch einen gewissen Druck gespürt hast?		Gibt es Anzeichen für einen äußeren Druck, der Autonomie untergräbt und zu Frustration führt?	Deci & Ryan (2012): Autonomie Becker (1982): Konventionen
Frage 9	Gibt es etwas an dieser Ästhetik, dass du besonders gut kannst oder dir der Ausdruck ein Gefühl von Können oder Kontrolle gibt? z.B. in die Sport Richtung		Basiert die Wahl des Stils auf einem Gefühl des eigenen Könnens?	Deci & Ryan (2012): Kompetenz Bourdieu (1983) Vorhandensein passendes Kapital
Mögliche, vertiefende Nachfrage	Falls, ja Wie ist es dazu gekommen, dass du das besonders gut kannst oder es einen Punkt gibt, der besonders mit dir resoniert? Gibt es etwas, worauf du da besonders stolz bist oder dir das Gefühl gibt dich besonders gut ausdrücken zu können?	Falls, nein Würdest du sagen, dass Elemente der Ästhetik etwas sind, was du nicht aktiv selbst gestaltest, sondern einfach konsumierst? In welchen Momenten fühlst du dich denn in deinem Stil sicher, ohne dass es zwingend etwas mit Können zu tun hat?	Welche Faktoren spielen in das eigene Können ein und welche Gefühle resultieren hieraus? Spielen Bestätigung in der Weiterentwicklung der eigenen Skills eine Rolle? Inwiefern besteht eine Abhängigkeit und eine Steuerung von Außen, die ein Gefühl der Machilosigkeit und negative Gefühle der Unsicherheit erzeugen.	Deci & Ryan (2012): Kompetenz → Falls, ja: Bezug Autonomie und Relatedness Ggf. auch Bezug zu kulturellem Kapital → Falls, nein: Bezug Autonomie, Heteronomie und Relatedness

				Wie gestaltet sich die Eingebundenheit in soziale Konstrukte?	
Frage 10	Hast du dich durch deinen Stil durch andere besonders verstanden und auch durch einen ähnlichen Ausdruck anderer eingebunden gefühlt in einen größeren sozialen Kontext?			Nähere Untersuchung der Beschaffenheit der sozialen Konstrukte	Deci & Ryan (2012): Relatedness Ellemers & Haslam (2012): Gruppe als Teil des Selbstkonzepts Becker (1982): Konventionen
4. Organismic Integration Theory: OIT [ca. 5 min, 00:15 – 00:20]					
Relevant für FF2 (Veränderung der Motivation)					
Frage 11	Würdest du sagen, dieser Stil [Gorp Core/ Clean Girl] ist Teil deines Selbstbildes geworden oder ist es eher einfach eine Phase?		Bezeichnung der Ästhetik anpassen	Integration in das eigene Selbstverständnis: an welchem Punkt (Internalisierung, Identifizierung oder Integration) befindet sich der/die Befragte? Liegt hier ein Modus der sozialen Verortung und Abgrenzung vor?	Deci & Ryan (2012): Grad der Internalisierung Becker (1982): Konventionen Ellemers & Haslam (2012): Gruppe als Teil des Selbstkonzepts
Frage 12	Glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn niemand anderes es gemacht hätte?			Abfragen des Grades an externaler Regulation. Inwiefern liegt hier ein Zwang	Deci & Ryan (2012): Externale Regulation

			oder Belohnung von außen vor? Oder auch ein Modus der Selbstverortung?	Ellemers & Haslam (2012): Gruppe als Teil des Selbstkonzepts Bourdieu (1983): Kontext an vorhandenem Kapital
Frage 13	Gibt es Unterschiede zwischen dem, was du online zeigt (das Bild was du mit deinem eigenen Output kreieren möchtest) und dem was offline der Realität entspricht?		Wird durch eine Diskrepanz von tatsächlichem Leben und der Selbstdarstellung online ein Drang nach Anerkennung von Außen deutlich?	Deci & Ryan (2012): Externale Regulation Becker (1982): Konventionen Bourdieu (1983): Erreichen anderer Gruppen mit höher/anders gewichteter Kapitalstruktur
Frage 14	Inwiefern hat das Gefallen an einer Ästhetik beeinflusst, welche Aktivitäten du ausführt und wie du deine Freizeit (auch mit Freunden) gestaltest?		Wird der tatsächliche Lebensstil nach der äußerlichen Wirkung von Ästhetiken ausgerichtet? Findet hier eine Internalisierung äußerlicher motivierter Bilder statt?	Deci & Ryan (2012): Grad der Internalisierung Ellemers & Haslam (2012): Gruppe als Teil des Selbstkonzepts Becker (1982): Konventionen
Frage 15	Sind dir die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde auf deinen stilistischen Ausdruck und deinen		Abfragen der Wichtigkeit von	Deci & Ryan (2012): Externale Regulation

	Lebensstil wichtig? [ggf. vertiefende Frage] Was machen Bestätigung, negative Kommentare oder ausbleibende Reaktionen hier mit dir?		Belohnung als Hinweis auf externe Regulation	
5. Cognitive Evaluation Theory: CET [ca. 5 min, 00:20 – 00:25]				
Relevant für FF3 (Rolle der externen Bestätigung)				
Frage 16	Spiele für dich Likes, Views und Reaktionen auf deine Stories/ Posts auf Social Media eine Rolle oder machst du das einfach für dich?		Liegt in den Interaktionsmechanismen der sozialen Medien eine Gefahr der Untergrabung intrinsischer Motivation?	Deci & Ryan (2012): Autonomie
Frage 17	Gibt es bestimmte Dinge, die sich motivieren dich ästhetisch/ stilistisch auszudrücken und weiterzuentwickeln? – im offline oder online Kontext.		Wo liegen Punkte, die intrinsische Motivation fördern?	Deci & Ryan (2012): Autonomie und Kompetenz Bourdieu (1983) Wie wird die kapitalbezogene Basis hier weiterentwickelt Becker (1982): Konventionen
Frage 18	Hat sich dein Stil dadurch verändert? o [vertiefende Frage] Gibt es Momente, an die du dich erinnerst, wo du dir dachtest „Oh ja, da sehe ich mich total!“ oder auch eher „So möchte ich auch sein“?		Interne Vorgänge anders einschätzen können: Wo liegen motivationale Faktoren, die eine Veränderung der	Becker (1982): Konventionen Ellemers & Haslam (2012): Gruppe als Teil des Selbstkonzepts

	- o [falls nicht] Hast du die Entwicklung deines eigenen Stils aktiv mitgestaltet oder ist das einfach irgendwie passiert? - o [falls unterbewusst] Kannst du dir trotzdem vorstellen, was dich hier unterbewusst beeinflusst hat?		eigenen Handlungen begünstigen? Welche Rolle spielt die Möglichkeit Ästhetiken lesen zu können?	Bourdieu (1983) Weiterentwicklung der kapitalbedingten Grundbedingungen
6. Causality Orientation Theory: COT [ca. 5 min, 00:25 – 00:30] Relevant für FF4 (Grad der Selbstbestimmung bei der Gestaltung der eigenen Ästhetik)				
Frage 19	Würdest du sagen, du entscheidest eher spontan, was du machst, dich ausdrückst und dich stilistisch zeigst oder denkst du schon über deine Außenwirkung nach und konzipierst reflektiert, was du wie konsumierst, anziehst, zeigst, ausdrückst?		Hier können erste Anzeichen für eine kontrollierte Orientierung sichtbar werden, die vielleicht nicht aktiv von allein geäußert werden würden.	Deci & Ryan (2012): Einordnung motivationale Orientierung

Frage 20	Ist deine eigene Ästhetik für dich eher Ausdruck, Zugehörigkeit, ein Spiel mit unterschiedlichen Dingen oder etwas ganz anderes?		Selbstverständnis des Umgangs mit Selbstausdruck zeigt auch die wie mit ihm umgegangen wird; Stellenwert; Auch eine amotivierte Orientierung kann hier durchschimmern	Deci & Ryan (2012): Einordnung motivationale Orientierung Brewer (1991): optimales Gleichgewicht zwischen Entsprechung und Abgrenzung Bourdieu (1983) Verortung im Kapitalgefüge
Frage 21	Würdest du sagen du entspricht einer bestimmten Ästhetik?		Auch hier kann unterschiedlich deutlich werden, dass ein Maß an kontrollierter Orientierung vorliegt, die so nicht zugegeben wird.	Deci & Ryan (2012): Aufdecken einer vielleicht versteckten kontrollierten Orientierung Brewer (1991): optimales Gleichgewicht zwischen Entsprechung und Abgrenzung Becker (1982): Bewusstes Bewegen in einer Gruppenkonvention?

				Ellemers & Haslam (2012): Gruppe als Teil des Selbstkonzeptes
7. Goal Contents Theory: GCT [ca.5 min, 00:30 – 00:35]				
Relevant für FF5 (Zielverfolgung)				
Frage 22	Was willst du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen – für dich selbst oder gegenüber anderen?		Hier kann deutlich werden, ob es eher, um persönliche Entwicklung und Wohlbefinden oder um das Erfüllen von Status und Image.	Deci & Ryan (2012): Einordnung extrinsische oder intrinsische Zielverortung Bourdieu (1983): Verortung im Kapitalgefüge Becker (1982): Konventionen Brewer (1991): optimales Gleichgewicht zwischen Entsprechung und Abgrenzung
Frage 23	Gibt es bestimmte Werte/ Vibes, die du gern verkörpern möchtest?		s.o.: Diese Punkte werden hier noch weiter ausdifferenziert	Deci & Ryan (2012): Weitere Hinweise auf versteckte extrinsische Ziele Becker (1982): Bewusstes Bewegen in einer Gruppenkonvention?

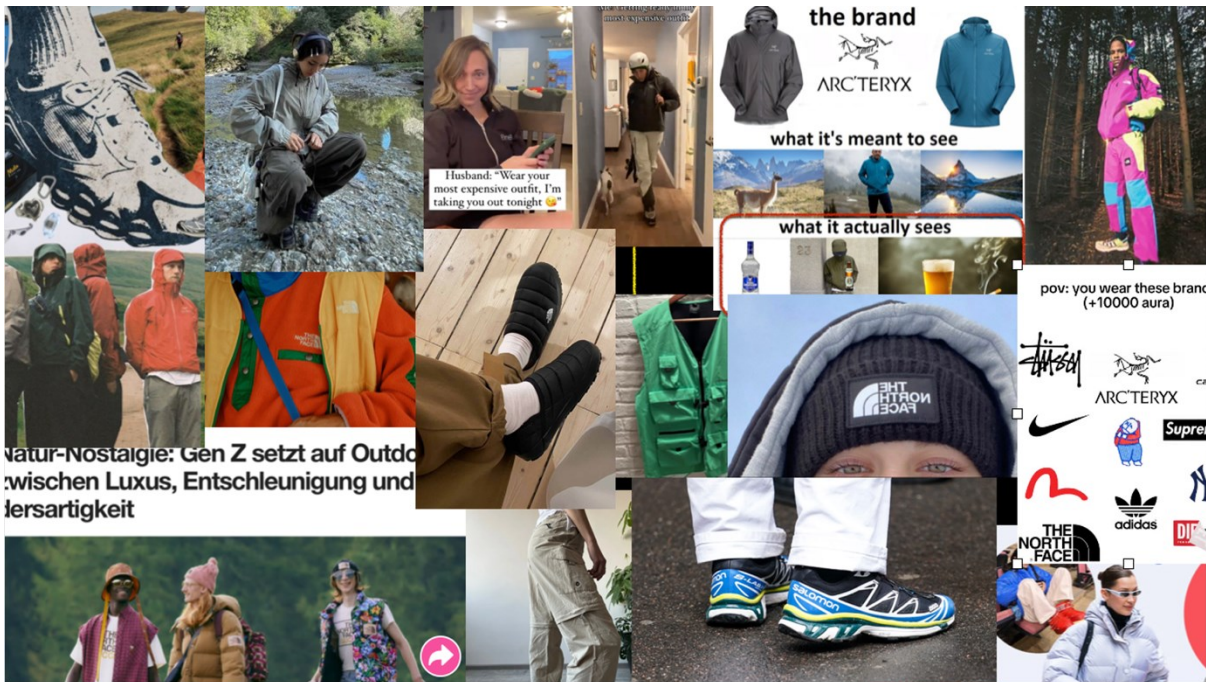
				Brewer (1991): optimales Gleichgewicht zwischen Entsprechung und Abgrenzung?
Frage 24	Was bringt dich dazu diese Dinge verkörpern zu wollen?		Weiter vertiefende Frage	Becker (1982): Konventionen Bourdieu (1983): Anhäufung bestimmter Kapitalformen
8. Abschluss & Reflexion [max. 5 min, 00:35 – 00:40]				
Frage 25	Hast du das Gefühl, dass sich deine Motivation deinen Lebensstil ästhetisch zu gestalten im Laufe der Zeit verändert hat? [ggf. vertiefende Frage]		Selbstreflektion und Aufdecken, von etwas was dem/ der Befragten erst jetzt im Ganzen klar wird	
Frage 26	Hast du abschließend noch etwas, was dir zu dem Thema einfällt, worüber du noch gern sprechen würdest?			
Bedanken	Das war's schon! Danke dir, dass du dir die Zeit genommen hast, so ausführlich mit mir zu sprechen.	Ergänzungen: Raum geben, worüber wir noch nicht gesprochen haben, was du noch sagen möchtest.		
Incentive	Als Dankeschön dafür, habe ich hier noch eine kleine Aufwandsentschädigung für dich.	Incentives aushändigen & Unterschrift einholen		

Verabschiedung + <i>Verweis auf fertige Arbeit</i>	Danke, dass du heute dabei warst. Das hilft mir wirklich sehr! Wenn ich meine Arbeit abgeschlossen habe, sende ich sie dir gern zu, wenn du an den Ergebnissen interessiert bist. Ich wünsch dir noch einen schönen Tag!			
--	---	--	--	--

III. Stimuli



Stimulus Clean-Girl-Ästhetik



Stimulus Gorp-Core-Ästhetik

IV. Transkripte

T3 – Clean Girl – 29.07.

I: Genau. Also nochmal zum Thema, um da nochmal ein bisschen Kontext zu schaffen. Es geht um den Einfluss sozialer Medien auf unsere Lebensrealität und unseren ästhetischen Ausdruck, weil soziale Medien eben unsere visuellen Stile, Trends und Normen eben bewusst und unterbewusst prägen, dass wir uns eben irgendwie ausdrücken und visuelle Muster verinnerlichen und genau – die eben durch Wechselwirkung und aktive und passive Partizipation der Nutzer entstehen, diese Muster, die wir eben rezipieren und mitformen eben auch Einfluss auf unser Selbstbild und unsere Identitätsentwicklung haben.

Und deswegen frage ich mich, warum wir bestimmte visuelle Stile in unseren Alltag integrieren. Mein Ziel ist es dabei diese Motivation hinter der Stilübernahme – eben im Spannungsfeld zwischen digitalen Einfluss und individueller Identität zu untersuchen: also warum machen wir das, warum verinnerlichen wir das und was ist unsere Motivation dahinter.

Nochmal ein kleiner Disclaimer, dir ist das wahrscheinlich alles bewusst, aber es geht nur um deine eigene Meinung, Empfindungen und Beobachtungen. Du kannst einfach frei erzählen. Es gibt kein richtig oder falsch. Falls irgendwas unklar ist, frag einfach nochmal nach. Falls du denkst, oh Gott, oh Gott, ich will abbrechen ist das auch vollkommen okay.

T3: Ja also, mein Name ist XX, ich bin 23 Jahre alt und weiblich.

I: Super! Und, weil es um soziale Medien geht, steigen wir erstmal mit der Frage ein, welche Plattformen du überhaupt nutzt.

T3: Ich benutze Instagram, TikTok und Snapchat. Ich weiß nicht, WhatsApp zählt eigentlich eher nicht so dazu, ne? Ja das sind...ja, das müssen alle sein.

I: Wie ist mit Pinterest? Nutzt du Pinterest auch?

T3: Ah ja, stimmt. Ja, Pinterest nutze ich auch.

I: Und wie häufig nutzt du diese Plattform? Also zu welchen Tageszeiten und in welchem Kontext?

T3: Ich würde sagen, hauptsächlich eher so nachmittags, also eher in meiner Freizeit. Einfach zur Beschäftigung oder zum Ablenken oder in Lernpausen oder sowas und im Kontext ja, entweder einfach Freizeit oder halt Pinterest auch für Inspiration für Einrichtungen, was auch immer.

I: Die nächste Frage hast du damit eigentlich schon mehr oder weniger beantwortet. Ich frage sie trotzdem nochmal: Was bringt sich dazu, soziale Medien zu nutzen? Also vielleicht nochmal aufgeschlüsselt auf die einzelnen Plattformen.

T3: Ja, also einmal einfach zum Zeitvertreibt oder halt auch irgendwie für Inspiration, wenn ich bestimmte Sachen mir angucken möchte, weil es teilweise ein bisschen besser geordnet ist, als wenn ich einfach eine Google-Suche mache.

I: Und ich werde dir jetzt gleich verschiedene Nutzungsmotive nennen und vielleicht kannst du das nochmal gewichten und einordnen, wo das für dich reinfällt. Und zwar wären das Entertainment, Informationsbeschaffung und identitäre Beweggründe bzw. soziale Aspekte. Kannst du dir darunter etwas vorstellen oder soll ich das nochmal weiter ausfächern?

T3: Kannst du das nochmal ein bisschen ausführen?

I: Also unter Entertainment fällt sowas wie Entspannung Ablenkung, Zeitvertreib – was du eben schon erwähnt hast. Informationsbeschaffung ist Orientierung aber auch Nachrichten im klassischen Sinne und auch soziale Beobachtung – also alles, was dir hilft, deine Welt besser zu verstehen und identitäre Beweggründe bzw. soziale Aspekte sind sowas, wie Freundschaft, Zugehörigkeit und Selbstdarstellung.

T3: Okay, dann würde ich sagen Entertainment wäre auf dem ersten Platz, dann identitäre Beweggründe, das wäre glaub ich der zweite Platz. Informationsbeschaffung würde ich fast eher sagen, ist mehr oder weniger unfreiwillig, wenn man ja immer so Sachen im Feed ausgespielt bekommt, aber ich jetzt nicht gezielt danach suchen würde.

I: Okay, dann steigen wir jetzt ein bisschen mehr in die Ästhetiken und Stile ein. Was kommt dir so in den Kopf – welche Ästhetiken und Stile begegnen dir häufig? Also was dominiert deinen Feed?

T3: Gute Frage. Momentan habe ich glaube ich immer noch viel diese Clean Girl Ästhetik in meinem Feed. Auch viel bei Pinterest, wenn es um Einrichtungen und so geht, so helle weiße Sachen, also auch viel dieses Skandinavische. Ansonsten wüsste ich gerade gar nichts weiteres.

I: Okay, gut. Ich zeige dir jetzt mal zwei Moodboards. Kannst du mir sagen, ob du dich mit einem der Moodboards mehr identifizieren kannst?

T3: Ja, ich würde sagen, das erste [Clean Girl], das ist schon so ungefähr auch mein Feed, damit kann ich mich auch mehr identifizieren.

I: Klar, okay, dann notieren wir das mal. Was fasziniert dich besonders an dieser Ästhetik? Oder was bringt dich dazu, vielleicht auch Teile davon zu übernehmen?

T3: Schwierige Frage, da muss ich mal nachdenken. Ich finde zum Teil sieht es immer irgendwie gemütlich aus. Ich verbinde damit auch immer so ein bisschen Urlaub, würde ich fast sagen, weil wir auch immer viel in Dänemark und so früher unterwegs waren. Und für mich geht das Ganze schon so ein bisschen in so eine skandinavische Ästhetik rein, finde ich. Dadurch verbinde ich das relativ stark damit und ich glaube es ist vielleicht auch einfach, weil die Leute, die das repräsentieren, die würde ich als meine In-Group bezeichnen. In-Group, also das sind so die Leute, die ich wie mich sehe und mit denen ich mich identifizieren kann, weil ich glaube, dass die mir ähnlich sind.

I: Ja, ergibt Sinn. Wieder eine relativ tiefe Frage, aber sag einfach das, was dir zuerst in den Kopf kommt: Wie sehr würdest du sagen, dass es deine Entscheidung ist, Teile dieses Stils zu leben oder dich so auszudrücken?

T3: Ich würde sagen, es ist eine passive Entscheidung, dass es also nichts Aktives, wo ich sage, ja, das – also natürlich schon, ich gehe in den Laden und kaufe mir das, aber es ist natürlich massiv davon beeinflusst von dem, was ich sehe.

Also ich würde nicht unbedingt sagen, dass ich mich jetzt aktiv dazu entschieden habe, irgendeine Clean-Girl-Ästhetik zu übernehmen, sondern dass das eher so, ja, wie sagt man das denn am besten – dass hat sich irgendwie so entwickelt. Ich denke dadurch, dass ich es viel sehe, übernehme ich das dann einfach.

I: Ja, ergibt Sinn. Gab es Momente, wo du gemerkt hast, dass du vielleicht doch außerhalb dieses wiederholten, passiven Sehens, was du gerade beschrieben hast – dass es auch Momente gab, wo du von außen doch irgendwie so einen gewissen Druck gespürt hast – dass du dachtest, boah das brauche ich jetzt irgendwie oder das möchte ich haben?

T3: Nee, das nicht. Ja, also so: Das möchte ich haben und so – das auf jeden Fall schon. Ich bin auch definitiv so ein Konsumopfer, würde ich sagen, aber so einen äußeren Druck würde ich nicht sagen.

I: Okay und gibt es etwas an deiner Ästhetik, dass dir das Gefühl gibt, etwas besonders gut zu können oder so die Kontrolle zu haben, also zum Beispiel in Richtung Sport? Ästhetik impliziert ja nicht nur ein Modeempfinden oder Einrichtung, sondern auch andere Formen von Können oder Aktivitäten, die damit einhergehen – etwas, wo du das Gefühl hast, das kann ich oder das habe ich in der Hand?

T3: Nein, könnte ich jetzt bei mir nicht zwingend miteinander in Verbindung bringen.

I: Gut. Das hast du eigentlich auch schon mehr oder weniger indirekt beantwortet, ich frage es trotzdem nochmal: Würdest du dementsprechend sagen, dass die Elemente der Ästhetik etwas sind, was du nicht aktiv selbst gestaltest, sondern was du irgendwo einfach konsumierst?

T3: Ja, ich glaube schon.

I: Und gibt es auch es auch Momente, in denen du dich sicher in deinem Stil fühlst, ohne dass das zwingend irgendwas mit Können zu tun hat? Also, dass es vielleicht einfach natürlich kommt oder du es jetzt nicht mit einem Skill in Verbindung bringst, dich so auszudrücken?

T3: Ja ich würde sagen schon. Also ich kann jetzt gerade keine Beispiel nennen, aber ich würde die Frage pauschal trotzdem erst mal mit Ja beantworten.

I: Also, um das zusammenzufassen: Es ist internalisiert und du hast einfach das Gefühl – gut das ist so und das entspricht mir, empfinde ich jetzt aber nicht als Können, obwohl es ja irgendwo doch ein Können ist.

T3: Ja genau.

I: Hast du dich durch deinen Stil durch andere besonders verstanden oder auch durch einen ähnlichen Ausdruck anderer, eingebunden gefühlt in einen größeren sozialen Kontext?

T3: Ähm ja, in gewisser Weise schon, weil ich finde, man kann ja immer so ein bisschen selektieren, nenne ich das jetzt mal. Wenn man andere Leute sieht, die zum Beispiel einen ähnlichen Stil haben, weiß man schon mal, okay, die sind tendenziell eher so wie ich und entscheidet natürlich dann spontan und oberflächlich, aber denkt – okay, das sind potenziell Menschen, mit denen ich befreundet sein würde oder keine Ahnung was. Ja, also ich würde sagen, ja.

I: Würdest du sagen, dass wenn du, gerade wenn du das Moodboard siehst, dass dieser Stil Teil deines Selbstbildes geworden ist oder einfach irgendwie eine Phase, in der du dich gerade befindest?

T3: Ich würde sagen, dadurch, dass das jetzt schon länger anhält, ist es schon irgendwie eher ein Selbstbild, weil ich das Gefühl habe, dass das jetzt nicht so schnell gekommen und auch wieder vorübergehen können wird.

I: Kannst du begründen, warum du denkst, dass das so ist?

T3: Ich würde sagen, hätte man mir das irgendwie vor mehreren Jahren gezeigt, hätte ich auch schon gesagt, ja okay, das ist irgendwie meine Ästhetik und das entspricht mir irgendwie, ja.

I: Und glaubst du, also das hast du jetzt auch schon mehr oder weniger beantwortet, aber glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes gemacht hätte, also wenn du keine Vorlagen oder andere sozialen Gruppen gesehen hättest, die sich ähnlich verhalten.

T3: Ja, ist eine schwierige Frage... ich möchte natürlich ja sagen, aber ich denke, die Antwort darauf ist wahrscheinlich nein. Also hätte es irgendwas anderes gegeben, hätte ich mich wahrscheinlich in die Richtung orientiert.

I: Also siehst du dich nicht ganz losgebunden davon, sondern...

T3: Nein...

I: Und gibt es Unterschiede zwischen dem, was du online zeigst – also dein Profil und dem, was du teilst, dem, was vielleicht auch nicht zwingend sichtbar ist, aber was du so nach außen rausstreust, vielleicht auch an Freunde online und dem, was offline der Realität entspricht?

T3: Ich würde sagen es gibt auf jeden Fall Unterschiede, die aber wahrscheinlich gar nicht so gravierend sind. Also ich habe jetzt nicht so den großen Social-Media-Auftritt. Also da hält es sich in Grenzen. Wenn man es jetzt aber mal so auf das reale Leben, dem nach außen präsentieren bezieht – so natürlich, wenn ich halt rausgehe und so ziehe ich mir irgendwas Nettes an, mache meine Haare und so weiter und zu Hause laufe ich dann halt mit so einem Haarreifen oder sowas rum. Das sieht dann nicht so besonders schön aus. Aber an sich würde ich gerne zu Hause auch diese Ästhetik weiterführen. Es ist einfach nur unpraktisch. Ich fühle mich wohler, wenn es schön aussieht. Das heißt, ich versuche das größtenteils durchzuziehen.

I: Aber du würdest jetzt zum Beispiel sagen, zwischen online und offline, ist es eigentlich ähnlich.

T3: Ja, also ich denke, wenn man mich jetzt spontan zu Hause überrascht würde niemand sagen, du bist ja ganz anders, ich erkenne dich gar nicht wieder.

I: Und würdest du sagen, dass das Gefallen an bestimmten ästhetischen Dingen auch beeinflusst, welche Interessen du hast und welche Aktivitäten du gerne ausführst oder was du zum Beispiel mit deinen Freunden gerne machst?

T3: So spontan würde ich erstmal sagen nein. Ich habe eher das Gefühl, dass meine Interessen und so, die einfach schon immer da waren, eher so zufällig sowieso in die Ästhetik reinpassen. Also ich habe ja immer gerne schon irgendwie so Bastelsachen, Sticken, keine

Ahnung, Häkeln und sowas gemacht, was ja auch aktuell so ein bisschen dazugehört zu dieser Ästhetik würde ich sagen. Das habe ich halt als Kind schon gemacht, deswegen würde ich sagen, das passte einfach zufällig zusammen. Oder vielleicht habe ich auch deshalb die Ästhetik ausgewählt, man weiß es nicht.

I: Ein Zusammenspiel aus Dingen...Hast du da so ein Grundgefühl, dass du sagst, da herrscht ein bestimmter Zusammenhang für dich?

T3: Also ich könnte mir schon vorstellen, dass Leute, die sagen, okay, ich häkle gerne und keine Ahnung, fädeln Perlen und so weiter, dass die auch tendenziell eher so eine Ästhetik haben. Also vom Gefühl her würde ich sagen, kann schon gut sein.

I: Sind dir die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde auf deinen stilistischen Ausdruck und auf dein Lebensstil wichtig?

T3: In gewisser Weise ja, aber es hält sich in Grenzen. Ich würde sagen, ich habe einen Freundeskreis, in dem man sich relativ individuell ausdrücken kann. Und natürlich freut man sich, wenn andere Leute sagen, oh, keine Ahnung, schöne Hose oder was weiß ich was. Aber es spielt jetzt nicht so eine ganz große Rolle für mich. Ich habe das Gefühl, ich bin aus dem Alter so ein bisschen raus, wo ich noch so sehr viel Feedback brauche.

I: Und auf soziale Medien bezogen: Spielen für dich, wenn du zum Beispiel etwas postest und Leute reagieren, also im Sinne von Likes oder Views – spielt das für dich eine Rolle oder macht das was mit dir?

T3: Nee das spielt eigentlich keine Rolle für mich. Ich poste auch nichts eigentlich, also ich habe keinen Instagram-Post ich poste ab und zu meine Story, aber ich habe keinen Instagram-Feed oder so, von daher würde ich sagen, eigentlich nicht.

I: Gibt es bestimmte Dinge, die dich motivieren, dich ästhetisch oder stilistisch auszudrücken und weiterzuentwickeln? Also das bezieht sich auch auf Online- und Offline-Kontext.

T3: Also ich beschäftige mich halt gerne mit Trends, Ästhetik und so weiter. Und habe da auch immer gerne mal wieder irgendwie was Neues und so. Und ich glaube, es ist einfach so

– es ist auch schon eher so eine Art Freizeitbeschäftigung, mich damit zu beschäftigen. Und ich würde sagen, dadurch kommt das zustande.

I: Und hat sich dein Stil dadurch verändert? Gibt es Momente, wo du dir dachtest, boah ja, da sehe ich mich total oder das möchte ich auch sein? Gibt es da so Schlüsselmomente, an die du dich erinnerst?

T3: Nee, könnte ich jetzt nicht benennen.

I: Okay. Hast du auch schon indirekt beantwortet, aber ich frage dich nochmal direkt: Hast du das Gefühl, deinen Stil aktiv mitgestaltet zu haben oder ist das irgendwie einfach passiv passiert?

T3: Ja also ich würde sagen zum größten Teil passiv, ab und zu mal so einzelne Sachen, wo man vielleicht mal aktiv – also wenn man mal irgendwie was anderes sieht aus einem anderen Einfluss, das ist vielleicht auch cool und so, dass ich mich aktiv mal in eine andere Richtung orientiere, aber zum größten Teil würde ich sagen, passiert das schon passiv.

I: Kannst du dir erklären, was dich da unterbewusst beeinflusst? Hast du da irgendeine Ahnung?

T3: Das ist eine gute Frage. Ich würde es mir jetzt auch tatsächlich mit so Gruppendynamiken und so erklären, also wie ich das vorhin schon meinte mit so In-Groups und Out-Groups, also irgendwie – das gehört zu mir, meiner Gruppe, meiner Ästhetik und so weiter, deswegen beschäftige ich mich damit und so, aber so ganz genau... also so neuronale Netze, sage ich mal, die das miteinander verknüpfen wahrscheinlich.

I: Würdest du dann sagen, dass du eher spontan entscheidest, was du machst und wie du dich ausdrückst, wie du dich stilistisch zeigst oder denkst du über deine Außenwirkungen schon nach und konzipierst das eher und reflektierst auch, was du konsumierst, was du anziehst und was es ausdrückt?

T3: Ich würde sagen, es ist eine Mischung aus beidem. Also so, ja klar, ich mache mir Gedanken darüber. Auf der anderen Seite würde ich sagen, es ist halt aber auch soweit

internalisiert sozusagen und mein Leben ist auch irgendwie darauf ausgerichtet, dass ich mir nicht immer so krass Gedanken darüber machen muss, weil es sowieso passt, sage ich mal.

I: Würdest du sagen, dass deine eigene Ästhetik für dich eher Ausdruck und Zugehörigkeit ist oder irgendwie auch ein Spiel mit ganz anderen Dingen und Eindrücken?

T3: Oh das ist wirklich eine schwere Frage.

I: Ist es für dich Zugehörigkeit und drückst du dabei eigene Wünsche aus? Oder – es gibt ja zum Beispiel auch Menschen, die sich für bestimmte Literatur oder Filme interessieren und sich dann einzelne Dinge rauspicken damit spielen und daraus ihren eigenen Stil bilden.

T3: Ja, also dann die erste Variante mit der Zugehörigkeit. Die trifft zum größten Teil zu.

I: Und würdest du sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T3: Zum größten Teil würde ich sagen, ja. Ab und zu gibt es mal so Ausreißer, wenn man das so nennen kann. Aber ich würde sagen, zum größten Teil ja.

I: Okay. Was willst du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen? Für dich selbst oder gegenüber anderen?

T3: Für mich selbst eigentlich, dass ich mich wohlfühle, hauptsächlich. Also, dass ich mich wohlfühle, wenn ich rausgehe, weil ich irgendwie die Sachen mag, die ich an habe und so – mich wohlfühle mit Frisur und so weiter. Und auch zu Hause, wenn es irgendwie schön aussieht, aufgeräumt ist und so weiter und gegenüber anderen wahrscheinlich unterbewusst auch einfach so ein gewisses Selbstbild vermitteln. Also ich mache mir schon Gedanken über mein Aussehen und achte darauf, gepflegt zu wirken.

I: Verstehe. Gibt es bestimmte Werte oder Vibes die du dann gern verkörpern möchtest?

T3: Gute Frage. Ich würde sagen, so ein bisschen sowas wie: Ich habe mein Leben im Griff, was jeder mehr oder weniger durchdachte Stil so ein bisschen ausdrückt aber trotzdem so: ja

okay, ich weiß, was ich mache. Ich habe eine gewisse Richtung, in die ich mich orientiere, mach das bewusst, mehr oder weniger.

I: Verstehe ich. Auch wahrscheinlich eine sehr schwierige Frage, aber was denkst du, bringt dich dazu, das verkörpern zu wollen?

T3: Ja, wahrscheinlich die Wirkung auf andere, würde ich sagen.

I: Also eine Gruppenzugehörigkeit?

T3: Ja, eine Gruppenzugehörigkeit und auch wenn es Personen sind, die jetzt nicht zu meiner Gruppe sozusagen gehören, macht man ja trotzdem einen gewissen Eindruck auf andere Leute.

I: Hast du das Gefühl, dass sich die Motivation, dein Leben ästhetisch zu gestalten, im Laufe der Zeit verändert hat?

T3: Ja also ich würde sagen, ab so einem bestimmten Punkt ist das entstanden, wahrscheinlich irgendwann in der Pubertät oder so. Ich glaube, als Kind hatte das für mich nicht so die Bedeutung, würde ich sagen. Nee, eigentlich nicht. Und ab da hat sich das dann entwickelt.

I: Okay, gut. Wir sind dann eigentlich am Ende des Fragebogens angelangt. Hast du abschließend noch irgendwas, was dir so in den Kopf gekommen ist oder was zum Thema passt, was du noch gerne sagen würdest – was du gedacht hast?

T3: Nein, eigentlich nicht.

I: Super, danke dir. Dann war's das. Ich werde hier dann mal die Aufnahme stoppen.

T2 – Clean Girl – 01.08.

I: Gut. Um nochmal so ein bisschen das Themenfeld abzustecken, werde ich jetzt noch einmal erzählen, worum es genau geht. Also wie ich ja schon erzählt habe, geht es um den Einfluss sozialer Medien auf unsere Lebenswelt und unseren ästhetischen Ausdruck. Soziale

Medien prägen unsere visuellen Stile, beeinflussen die Trends, die wir wahrnehmen, treiben deren Weiterentwicklung voran und formen unser Verständnis von gestalterischen Normen. Und das passiert ja eben bewusst und aber auch unterbewusst, weil wir Inhalte rezipieren. Und diese visuellen Muster, die wir da verinnerlichen, entstehen eben durch komplexe Wechselwirkungen und unsere eigene aktive Teilhabe daran. Diese Muster beeinflussen dann eben auch, wie wir uns selbst sehen und wie wir unsere eigene Identität definieren. Und deswegen frage ich mich, warum wir bestimmte visuelle Stile in unseren Alltag übernehmen. Das Ziel ist dann, die Motivation hinter diesem Stilübernahmen zu analysieren, in einem Spannungsfeld zwischen, dem Rezipieren von digitalen Inhalten und wie wir diese in unsere reale Welt und unser Selbstverständnis integrieren. Hast du Fragen dazu? Ist das alles klar?

T2: Nö.

I: Okay super. Und noch ein kleiner Disclaimer vorweg. Es geht einfach um deine eigene Meinung, um deine Beobachtungen – da gibt es kein richtig oder falsch. Du kannst einfach frei erzählen, was du sagen willst. Also, einfach das, was dir in Kopf kommt.

T2: Mhm, gut.

I: Für meine Aufzeichnungen wäre es super, wenn du dich noch einmal mit Namen, Alter und Geschlecht vorstellen könntest. Dein Name wird natürlich anonymisiert.

T2: Ich bin XXXX, 20 Jahre alt und weiblich.

I: Super, danke! Weil es ja um soziale Medien geht, wäre es super, wenn du jetzt einfach zum Einstieg einmal aufzählen könntest, welche Plattformen du so nutzt.

T2: Okay, also ich benutze Instagram, TikTok und Pinterest, würde ich sagen, so hauptsächlich. WhatsApp jetzt einmal ausgenommen. Die drei benutze ich wirklich jeden Tag – ja tagtäglich irgendwie. Ja, das ist es eigentlich so.

I: Okay und wie häufig nutzt du diese Plattform? Und zu welchen Tageszeiten und welchen Kontexten?

T2: Und ja, eigentlich immer. Also immer, wenn ich am Handy bin, bin ich auf jeden Fall einmal kurz auf TikTok und gucke mir irgendwie zwei, drei Videos an. Bei Instagram ist das auch ähnlich – nicht mehr so viel, das war früher mehr. Ich würde aber sagen, dass das durch TikTok abgelöst wurde. Und Pinterest nutze ich schon spezifischer. Also ich würde auch sagen täglich, aber wirklich, um mir Inspirationen und Sachen anzugucken, um mir irgendwie eine gewisse Ästhetik anzuschauen und mir Sachen abzuspeichern und zu sagen – naja, so sieht mein Leben dann ja auch irgendwann mal aus. Manifestation. Genau.

I: Das hast du jetzt indirekt schon ein bisschen mit beantwortet, aber vielleicht nochmal ein bisschen differenzierter: Was bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T2: Also ich würde sagen Langeweile und Inspiration. Ich benutze TikTok auch jetzt ziemlich viel so wie Google. Also irgendwie, wenn es um Restaurants geht und sowas, dann benutze ich TikTok und nicht irgendwie Google oder so. Also auch da, hat das das so ein bisschen abgelöst hat. Ja, ich glaube, das sind so die Hauptsachen.

I: Ich habe das nochmal ausdifferenziert in verschiedene Unterkategorien. Die werde ich dir mal nennen und dann kannst du die Plattformen dann so zuordnen, wie sie deinem Nutzungsverhalten entsprechen. Als erstes wäre das Entertainment, also im Sinne von Entspannung, Ablenkung, Zeitvertreib. Die zweite Kategorie wäre Informationsbeschaffung, also einfach Orientierung, also die Beobachtungen, die man macht, Infos die du brauchst, um dir Sinn zu verschaffen. Und identitäre Beweggründe wäre das Dritte: also Selbstdarstellung, Selbstkonzept und Selbstbeobachtung. Genau und der letzte Punkt wäre der soziale Aspekt also Freundschaften und Zugehörigkeiten.

T2: Also Entertainment würde ich auf jeden Fall TikTok sagen. Das mit den Informationen, was ja auch irgendwie ein bisschen kritisch ist, sage ich mal, aber am ehesten doch Instagram so, Tagesschau, Instagram-Accounts und so. Mit Freunden wahrscheinlich TikTok und Instagram, beides, durch so diesen Nachrichtenaustausch. Und was war noch das vierte?

I: Identitäre Beweggründe, also so Selbstkonzept...

T2: Das ist Pinterest, ja, das ist ganz klar, Pinterest.

I: Und kannst du das auch noch ranken, was da für dich an erster Stelle steht und was eher an letzter Stelle kommt?

T2: Es kommt immer darauf an. Also ich würde sagen, dass Pinterest schon meine Lieblings-Social-Media-Plattform ist. Aber ob es an erster Stelle steht, also oder ob ich dann doch sagen würde, naja TikTok ist mir schon am wichtigsten, weil ich am meisten Zeit darauf verbringe, würde ich jetzt mal sagen, ja. Und dann glaube ich Pinterest und dann Instagram. Genau, und so, ja, von den Kategorien her ist, glaube ich auch Entertainment auf jeden Fall an erster Stelle. Und dann eigentlich auch die Nachrichten und dann erst das Ästhetische, würde ich sagen.

I: Und der soziale Aspekt? Wo würdest du den einordnen?

T2: Hinter Entertainment, glaub ich.

I: Okay, also an zweiter Stelle. Und jetzt würde ich noch gerne von dir wissen, welche Ästhetiken und Stile dir häufig begegnen? Also was kommt dir so als erstes in den Kopf?

T2: Im Moment viel Jura-Content...

I: Auch im Sinne einer Ästhetik?

T2: Ja, ja genau. Aber es hat auch einen eigenen Stil dann, also so eine Law-School-Ästhetik und dann kommen da ganz viele verschiedene Bilder. Dann so Clean Girl, würde ich jetzt mal so sagen. Dieses ganze beige, soft, das so alles. Ja, was noch? Ich würde jetzt erst mal sagen, das ist es so. Das ist so das Erste, was mir in den Kopf kommt.

I: Okay. Und gibt es da bestimmte Trends und Ziele, mit denen du dich besonders gut identifizieren kannst? Also wo du sagst, ja das bin ich.

T2: Ja, also ich glaube, dieses Clean Girl, das hat mich schon doll abgeholt. Also mit Sleekbun und irgendwie ganz zartrosa Nägel. Das ist, glaube ich, schon das, wo ich immer hinterher bin, würde ich sagen.

I: Okay, bei diesen beiden Moodboard, welches würdest du denn dann am ehesten wählen.

T2: Ja das zweite [Clean Girl] auf jeden Fall.

I: Was fasziniert dich denn besonders an der Clean Girl Ästhetik?

T2: Also ich finde, es ist ja immer so, die haben alles im Griff, bei denen läuft nichts schief, die haben ihren Kühlschrank sortiert, die trinken morgens ihren grünen Saft und dann noch ihren Matcha und ihren Avocado Toast und ich glaube, das ist so ein Lifestyle quasi, wo ich mir denke, naja, wäre ja schön, könnte ich den haben. Und mein Leben würde dann aus Shoppen bestehen quasi. Ich glaube, das ist es so. Ich finde, so ein bisschen It-Girl kommt da auch mit rein und dass es viel um Klamotten geht, viel um aber auch so gemütliche Klamotten, ohne viel Aufwand sehr schön aussehen. Alles fällt einem leicht. Man macht hier mal eben das und das und das ist alles irgendwie total easy. Ich glaube, das ist es.

I: Verstehe ich. Und wenn du jetzt sagst, dass du dich damit identifizierst, also dass das so dein Ding ist und du danach strebst und dir das gefällt, wie sehr würdest du sagen, das es deine Entscheidung ist, diesen Stil so zu leben oder dich so ausdrücken zu wollen?

T2: Ja, geht so, würde ich sagen. Also ich schaue ja schon aktiv danach und deswegen also würde ich schon sagen ‚Ja‘ auf der einen Seite interessiere ich mich aktiv dafür und schaue mir aktiv irgendwie Medien und Content dazu an, aber auf der anderen Seite, glaube ich, dass dieser Trend mir einfach so viel reingespielt wurde und dieser Lifestyle und alles was damit in Verbindung steht, dass ich dann schon irgendwie dazu gezwungen bin – ja komplett das falsche Wort eigentlich, aber, dass es schon so vorgelebt wurde irgendwie und dadurch, dass man dann ja immer mehr von der Sache anguckt, wird einem natürlich auch immer mehr angezeigt und dann, ja, also ich würde so sagen, so eine Mischung eigentlich.

I: Okay, so 50:50 vielleicht?

T2: Ja.

I: Und gab es auch Momente, wo du gemerkt hast, dass du dich von außen hast beeinflussen lassen oder dass du vielleicht so einen gewissen Druck dann empfunden hast?

T2: Ja, schon, würde ich sagen. Den Druck, immer mal. Also ich glaube, so nicht viel mehr oder beziehungsweise, als ich jünger war, noch mehr als jetzt. Jetzt kann ich damit, glaube ich deutlich besser umgehen. Aber ich merke schon, dass ich mich davon beeinflussen lasse, wenn ich sehe, dass alle anderen genau dieselben Klamotten anhaben, wie ich, weil die anscheinend ja auch genau dieselben Beeinflussungen irgendwie ausgesetzt sind.

I: Und würdest du sagen, es gibt etwas an dieser Ästhetik, wo du das Gefühl hast, dass du das besonders gut kannst? Oder, wo du so das Gefühl hast, ja, das habe ich voll unter Kontrolle, weil das kann ich eh gut?

T2: Ordnung. Also ich bin mittlerweile sehr ordentlich und mir ist Ordnung sehr wichtig und Sauberkeit auch. Deswegen, glaube ich, fällt mir das nicht schwer. Und auch Einrichtung würde ich auch mal sagen, also so, das glaube ich fällt mir auch nicht schwer. Ja, ich glaube, das sind so die Hauptsachen, wo ich mir denke, ja, das kann ich.

I: Gut. Weißt du, wie das dazu gekommen ist, dass du das besonders gut kannst oder warum du in dem Punkt sagst, dass das besonders mit dir resoniert?

T2: Jetzt auf die Ordnung bezogen?

I: Ja also, direkter gefragt, hast du das Gefühl, dass du auch da davon beeinflusst worden bist, dass du solche Inhalte viel gesehen hast?

T2: Nee, eher, dass das aus mir herauskommt. Ich glaube, das liegt eher daran, dass ich früher eher unordentlich war und dass mir das dann ein bisschen wichtiger wurde. Aber das glaube ich nicht, dass das daran irgendwie oder zumindest nicht an dem spezifischen Trend, nenne ich es jetzt mal irgendwie, liegt.

I: Und hast du dich durch deinen Stil durch andere manchmal besonders gut verstanden gefühlt?

T2: Ja, ich glaube schon. Also gerade, wenn man mit neuen Leuten irgendwie ist, finde ich so, auch wenn es sich blöd anhört, ist das Äußere der erste Punkt, wo man ja irgendwie drüber anknüpfen kann. So okay, die haben ähnliche Klamotten an wie ich, dann kann ich schon darauf schließen, dass die auch vielleicht ähnliche Interessen haben wie ich. Deswegen, das würde ich schon sagen, dass ich dann auch – man einfach relativ schnell irgendwie Anschluss findet und man merkt dann irgendwie relativ schnell, ob das passt – aber ja würde ich auf jeden Fall sagen.

I: Und würdest du sagen, dass dieser Stil ein Teil deines Selbstbildes geworden ist oder glaubst du, das ist eher so eine Phase, die du gerade durchlebst?

T2: Schwierig. Also, jetzt gerade würde ich sagen, ja, ist schon ein Teil von meinem Selbstbild. Ich könnte mir aber auch vorstellen, dass es sich ändert oder eher so ein bisschen abschwächt. Also, dass man Teile davon behält, aber dieser große Hype darum irgendwie abschwächt und dann auch wieder neue Trends kommen irgendwie, von denen man sich dann beeinflussen lässt oder ich mich beeinflussen lasse. Ja, also kann man noch nicht so richtig sagen, glaube ich.

I: Und glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes gemacht hätte?

T2: Schwierig. Ich würde mal sagen, ja. Aber ich finde es ganz schwierig zu beantworten, also das ist wirklich...keine Ahnung eigentlich.

I: Manchmal hat man ja so ein Bauchgefühl, dass man sagt, das finde ich einfach für mich cool oder ich bin eher orientierungslos und das passt halt gerade.

T2: Nee, orientierungslos bin ich nicht, würde ich sagen. Also ich glaube, dann würde ich schon eher sagen, ja, das passt zu mir. Ich fühle mich damit wohl irgendwie, zumindest in Teilen. In Teilen finde ich schon, dass es zu mir passt und fühle mich damit dann auch wohl.

I: Und gibt es Unterschiede zwischen dem, was du online zeigst und was offline einfach der Realität entspricht?

T2: Ja, ja, ganz, ganz klar.

I: Was ist das zum Beispiel?

T2: Also ich finde, wenn man sich jetzt mein Instagram oder wenn ich mir mein Instagram-Account angucke, dann denke ich, ja gut, das sind 5% von meinem Leben und die anderen 95% sieht es ganz anders aus. Da bin ich in Jogginghose, ungeschminkt, meine Haare sehen wirr aus – also ja, da würde ich definitiv sagen, das ist nur Show quasi.

I: Und inwiefern hat das Gefallen an dieser Ästhetik beeinflusst, welche Interessen du vielleicht entwickelt hast oder welche Aktivitäten du in deiner Freizeit machst, was dich irgendwie so interessiert. Also, weil Ordnung ist ja etwas, was man eigentlich im Alltag macht. Das würde ich jetzt mal nicht als Hobby bezeichnen.

T2: Ja, auch, würde ich sagen. Was mir direkt eingefallen ist, sind zwei Sachen. Einmal so dieses ‚Ins Café gehen‘. Das finde ich – also das merke ich nicht nur an mir, aber jetzt so auf mich gesehen, merke ich das ganz dolle, dass ich auf einmal sehr, sehr gerne ins Café gehe, seit ungefähr anderthalb Jahren. Das kommt wahrscheinlich mit dem Alter, aber auch, kann ich mir vorstellen, durch diese Ästhetik. Und lesen. Das würde ich auch sagen, dass das dazu kommt, dass ich immer mehr Leute gesehen habe, die ein Buch in der Hand haben – so, jetzt ist die da mit Büchern und da dachte ich dann schonmal, gut, dann probiere ich mich auch mal mit Büchern, das würde ich sagen, auch. Ja.

I: Und mit Freunden, fällt dir da noch was anderes ein außer ins Café gehen?

T2: Also das jetzt ja gerade in letzter Zeit so, Pilates, Spinning, sowas, dass da auf einmal alle sagen – naja, ich gehe jetzt zum Pilates, ich gehe jetzt zum Hot-Yoga, ich gehe jetzt zum Spinning und dann, ja, wollen wir zusammen zum Pilates, wollen wir zusammen zum Hot-Yoga, wollen wir zusammen zum Spinning. Das auf jeden Fall auch, ja.

I: Und sind dir die Reaktionen deiner bekannten Freunde auf deinen stilistischen Ausflug oder deinen Lebensstil wichtig?

T2: Ja, ist mir schon wichtig, würde ich sagen. Also es kommt darauf an, wie doll ich mit der Person in Kontakt stehe. Wenn jetzt irgendjemand x-beliebiges sagt, naja, ich finde, du siehst ja aus wie alle anderen, dann ist es mir ziemlich egal. Aber ich hole mir schon viel Rat und Meinungen von Freunden, also gerade wenn es um Klamotten geht oder, ob ich meine Haare kürzer schneiden soll oder so – dann auf jeden Fall.

I: Gut und auf Social Media bezogen? Spielen Likes, Views und Reaktionen, wenn du etwas hochlädst oder online teilst eine Rolle für dich oder ist dir das eigentlich ziemlich egal?

T2: Nicht besonders. Ich mache es schon für mich, also ich gucke mir meinen Instagram-Account auch gerne selber an. Das Archiv. Ja. Oder meine Story-Highlights klicke ich dann gerne mal durch und gucke mir das gerne selber an. Es ist mir nicht so wichtig – also nö, nicht so.

I: Und gibt es bestimmte Dinge, die dich motivieren, dich ästhetisch stilistisch auszudrücken und vielleicht auch weiterzuentwickeln, also jetzt offline und online?

T2: Ich erhoffe mir schon irgendwie davon, dass mein Leben dann auf einmal ganz leicht wird in der Weise – also ich finde es aber auch einfach schön.

Also es ist glaube ich bei mir auch wirklich ein großer Teil, dass ich es schön finde: ich finde die Klamotten schön und das eher würde ich sagen – also jetzt so eine richtige Motivation fällt mir jetzt nicht ein. Online auch nicht. Also online finde ich auch eher, dass irgendwie jetzt auf meinen Instagram-Account, dass das Gesamtbild irgendwie stimmt. Das ist vielleicht so eine Motivation, aber sonst nicht so richtig.

I: Okay, und würdest du sagen, dass sich durch das Orientieren und Anschauen von Dingen, dein Stil irgendwann verändert hat? Wo du dir gedacht hast: da sehe ich mich total, das möchte ich auch sein? Erinnerst du dich hier an Schlüsselmomente?

T2: Von Skinny Jeans auf Baggy Jeans. Fällt mir direkt ein. Was war denn noch so? Auf einmal keine Crop Tops mehr. Die waren auf einmal weg. Das war's glaube ich auch. Eigentlich alles, was Klamotten angeht. Jetzt gibt es das mit den Punkten – auf einmal möchte ich ein Punktetop haben oder etwas gelbes oder diese bestimmten Haarbänder und Haarreifen kamen dann ja auch wieder. Also, ja schon würde ich sagen.

I: Also immer, wenn etwas Neues hochkommt, wo man sich denkt: richtig cool!

T2: Ja, so: wieso bin ich da nicht vorher drauf gekommen.

I: Würdest du sagen, du entscheidest eher spontan, was du machst, wie du dich ausdrückst oder konzipierst du da schon eher und reflektierst darüber, was beispielsweise zu welchem Outfit passt? Bist du da strategisch oder spontan?

T2: Strategisch, ganz klar. Es wird alles geplant.

I: Und ist deine Ästhetik für dich eher Ausdruck, Zugehörigkeit zu etwas Größerem oder ist das so ein Spiel mit Dingen, die du einfach gern hast? Also beispielhaft erläutert: Es gibt ja zum Beispiel Menschen, die lesen voll gern eine Art von Büchern oder sehen gern eine Art von Filmen und haben verschiedene Hobbys und ziehen einfach daraus Inspiration dafür, wie sie sich selbst gestalten. Sie ziehen das also aus unterschiedlichen Punkten. Und dann gibt es denke ich auch Menschen, die sich eben von einer Gruppe gelebten Stil sehr zugehörig fühlen und auch so aussehen wollen.

T2: Das Zweite!

I: Kannst du ein bisschen erläutern, warum das so ist?

T2: Nee, nicht so richtig. Aber als du es so gesagt hast, war ich bei dem Ersten so nein, eher nicht. Und beim Zweiten, würde ich mehr zustimmen auf jeden Fall.

I: Und würdest du sagen, dass du einer Ästhetik entsprichst?

T2: Das kommt drauf an. Kommt drauf an in welcher Lebensphase ich gerade bin. Also, ich würde sagen, ich kann einer Ästhetik entsprechen. Ich kann aber auch überhaupt nicht ästhetisch aussehen und mich verhalten. Also ja, ich würde sagen, ja, es kommt total drauf an, wie ich das möchte gerade.

I: Und was willst du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen? Für dich selbst oder gegenüber anderen?

T2: Ich weiß, also kann ich gar nicht so richtig sagen. Ich würde sagen am ehesten wirklich dieses Dazugehören, würde ich sagen. Das spielt schon rein. Aber jetzt so richtig, was ich damit erreichen möchte, ist schwer zu sagen. Also da könnte ich jetzt nicht so richtig was zu sagen.

I: Okay, also das schwingt einfach so mit und ist einfach so da?

T2: Ja, ja.

I: Und gibt es bestimmte Werte oder so Vibes die du gerne verkörpern und ausstrahlen möchtest?

T2: Ja, so organisiert sein, sein Leben im Griff haben und irgendwie ordentlich aussehen. Ja das glaube ich ist es so. Also gerade dieses so, ich habe mein Leben im Griff, ich bin organisiert, ich gehe regelmäßig zum Sport, das so. Also das würde ich so sagen.

I: Was bringt dich dazu diese Dinge verkörpern zu wollen?

T2: Ich glaube, ein Teil kommt schon aus mir selbst raus, weil ich denke, gut, das kann ich mir davon nehmen und das ist etwas Positives, was ich mir dann aneignen kann. Und ein anderer Teil ist, glaube ich wirklich dieses Nacheifern. Also gerade bei Pinterest habe ich dann meine Boards und sortiere mir das und dann nehme ich mir das am nächsten Morgen und bastle es genau so nach, mit den Klamotten zum Beispiel. Aber ja, und sonst fällt mir ja dazu nicht so richtig was ein.

I: Und hast du das Gefühl, das diese Motivation deinen Lebensstil so ästhetisch zu gestalten, sich im Laufe der Jahre verändert hat?

T2: Ja, also ich glaube, das war mir jetzt, als ich jünger war, noch nicht so wichtig. Das kam jetzt erst so in den letzten drei, vier Jahren, würde ich sagen. Da hat das so angefangen. Mit meiner großen Schwester wurde mir viel vorgelebt und dann habe ich alles einfach kopiert, was sie gemacht hat. Also so war das wirklich. Und daher schwingt das bei mir immer noch

ein bisschen mit, dass ich auch jetzt noch teilweise gucke, was sie macht oder ich mich frage, was sie in der Situation machen würde.

I: Süß.

T2: Ja, aber ich glaube das schon. Sie und ich haben uns dann auch irgendwie auch in dieselbe Richtung an Ästhetik bewegt und dadurch kam das dann irgendwie immer mehr und dann als ich älter wurde, wurde es mir auch wichtiger.

I: Hast du so abschließend noch irgendwie Gedanken, wo wir jetzt noch gar nicht drüber geredet haben? Fällt dir noch irgendetwas ein, was du noch gern sagen würdest?

T2: Nicht so richtig eigentlich.

I: Toll, dann war es das auch schon.

T1 – Clean Girl – 03.08.

I: Ich fülle noch mal so ein bisschen ins Thema ein, ich weiß nicht, ob du noch genau erinnerst, worum es geht. Also, es geht ja um soziale Medien. Und soziale Medien haben einen Einfluss auf unsere Lebenswelt, auf unseren ästhetischen Ausdruck und prägen damit eben auch visuelle Stiltrends und Normen. Das passiert unterbewusst und bewusst und diese visuellen Muster bilden durch Wechselwirkungen und aktive Partizipation der Nutzer:innen immer weiter. Das heißt, man ist selbst auch Teil der Entstehung dieser Muster, aber eben auch Produkt dieser Wechselwirkung. Das beeinflusst eben damit auch unser Selbstbild und unsere Identitätsentwicklung. Und deswegen frage ich mich, warum wir diese Stile in unseren Alltag integrieren und analysiere eben die Motivation hinter den Stilüberübernahmen in dem Spannungsfeld zwischen digitalem Einfluss und individueller Identität. Und es da geht wirklich nur ganz um deine Meinung. Es gibt da kein Richtig und kein Falsch und du kannst einfach drauflosreden.

T1: Okay, super.

I: Für meine Aufnahme, wäre es super, wenn du dich noch einmal mit Namen, Alter und Geschlecht vorstellen würdest.

T1: Ich bin weiblich, XXX und 29.

I: Genau und weil es um soziale Medien geht, wäre es zu Beginn super, wenn du einmal aufzählen könntest, welche Plattformen du so nutzt.

T1: Hauptsächlich Instagram und TikTok. Ich habe aber auch Snapchat, da würde ich sagen, das nutze ich so ein-, zweimal im Monat, wenn ich was bekomme, aber nicht so aktiv. YouTube, hauptsächlich so Meditationen, Workouts und zwei Influencern folge ich da. Das ist aber eher so ein Sonntagsprogramm. Das nutze ich jetzt nicht täglich. Facebook nutze ich nur noch beruflich sonst nicht. Ja, ich glaube, das sind so die, die ich am häufigsten benutze.

I: Okay, super. In welchen Kontexten und zu welchen Tageszeiten nutzt du die Plattformen?

T1: Also TikTok benutze ich tatsächlich gleich nach dem Aufstehen noch im Bett, so 20 Minuten, halbe Stunde. Und beim Schlafen gehen und beim Heimkommen. Also TikTok ist für mich auch manchmal so ein Runterkommen. Auch wenn es verrückt ist, weil ja ganz viel passiert, aber es ist eher so ein Runterkommen. Instagram schaue ich nur noch Storys. Das ist dann eher so, da würde ich sagen, schaue ich so fünf, sechs Mal am Tag einfach rein, ob was Interessantes da ist. Und sonst Facebook, wie gesagt, beruflich. Das ist dann meistens am Vormittag oder dann am Abend beim Hochladen. Und YouTube auch. YouTube ist vor dem Schlafengehen.

I: Und ich meine, du hast es eben ja schon ungefähr Nutzungsmotive genannt., aber ich werde dir gleich verschiedene Kategorien nennen, die ich auch nochmal ausführen werde, damit du dir darunter etwas vorstellen kannst. Dann wäre es super, wenn du das einmal gewichten könntest – also was für dich am wichtigsten ist und was weniger wichtig ist. Die Nutzungsmotive wären einmal Entertainment, also Entspannung, Ablenkung, Zeitbetreibung, dann Informationsbeschaffung, das heißt alles, was du an Infos zum Orientieren brauchst, eben auch soziale Beobachtungen, dann identitäre Beweggründe, das heißt sowas wie deine eigene Selbstdarstellung oder wie du deine Identität weiterentwickelst.

Zuletzt eben noch der soziale Aspekt, das heißt Freundschaften, Interaktionen und sowas.

T1: Entertainment ganz wichtig. Das ist ganz klar TikTok für mich. Das ist so einfach konsumieren, loslassen. Da habe ich aber nicht so das Bedürfnis, dass ich selbst mich irgendwie darstellen möchte oder was posten möchte. Da bin ich auch privat. Instagram ist schon für mich noch so eine Selbstdarstellungsplattform, weil ich das glaube ich einfach gewohnt bin über 15 Jahre. Und ich glaube, weil es auch für mich schnell geht, da denke ich auch nicht drüber nach, da bin ich auch privat, aber es ist eher so ein, ja poste ich schnell, aber TikTok ist für mich immer so, das müsste jetzt dieser Trend sein, da müsste dieser Sound, da muss das passen und das ist mir dann zu anstrengend. Was war das zweite?

I: Informationsbeschaffung

T1: Ja, es ist tatsächlich auch TikTok. Ich google nicht mehr so viel, ich schaue auf TikTok nach. Ist vielleicht nicht so klug, weil man in so einer Bubble ist, aber ist eher so. Instagram finde ich zu mühsam. Also wenn man da sucht, kommt nicht das, was man sucht. Da ist halt TikTok einfach besser. Ist halt eigentlich eine Suchmaschine und YouTube ist eher so ein gesundheitlicher Aspekt, also wenn man so Rückenschmerzen hat. Man sucht dann halt so Übungen. YouTube ist auch Entertainment, weil da schaue ich halt diese beiden Influencer.

I: Und wenn du das gewichten würdest, also Entertainment, TikTok...

T1: Wie gewichten?

I: Also es sind ja vier Kategorien, die du auf Platz 1, 2 und 3 und 4 tun kannst, also Entertainment, Informationsbeschaffung, identitäre Beweggründe oder sozialer Aspekt nach Wichtigkeit verteilt.

T1: Entertainment auf 1. Ich glaube Informationsbeschaffung wäre so 3. Persönliche Darstellung 2 und das Soziale wäre bei mir 4, weil da geht viel über WhatsApp.

I: Und auch zum Einstieg würde ich gerne wissen, welche Ästhetiken und Stile dir generell häufig begegnen?

T1: Ich glaube schon, dass ich in so einer Beige-Era-Bubble bin, sehr ästhetiklastig, Clean-Girl, es ist halt schon alles hübsch und Old-Money-Style – da bewege ich mich, würde ich sagen.

I: Ich zeig dir jetzt noch ein Moodboard. Vielleicht kannst du mir hier einmal sagen, mit welchem du dich eher identifizieren kannst.

T1: Da würde ich sagen Nummer 2. Das ist die Clean-Girl-Ästhetik. Selbst wenn ich wandern gehe, würde ich da wahrscheinlich eine beige Hose anhaben und diese weiße Uniqlo-Jacke, die ich jetzt unbedingt haben will.

I: Ja die hätte ich auch gern! Was fasziniert dich besonders an der Ästhetik, dass du dir denkst, das möchte ich irgendwie auch machen?

T1: Ich finde mich da sehr wieder. Ich glaube generell, in diesen Ästhetiken sollte man sich irgendwie wiederfinden. Natürlich will jeder individuell sein und es hat auch irgendwie jeder noch so einen eigenen Touch drinnen, aber das ist das, wo man sich identifiziert, wo man sich sieht, wo man sich auch wohlfühlt. Man hat immer so ein Zugehörigkeitsgefühl, weil, wenn ich jetzt Mädels sehe, die auch schon diesen Stil hat, dann weiß ich, mit denen kann ich reden, das wird irgendwie funktionieren. Also, wenn ich jetzt so ein Punk-Girls sehe, da weiß ich jetzt nicht richtig, was ich mit ihr reden soll, aber vielleicht mag sie auch Schokolade.

I: Man findet einen Nenner.

T1: Ja, es ist eher das und mir geht es auch um mich selbst. Also ich habe ja hohe Ansprüche an mich selbst mit dem Äußerlichen. Und da passt das halt eher rein, als hätte ich jetzt diese ‚Messy hair, don't care‘ Einstellung.

I: Okay verstehe ich. Und wie sehr würdest du sagen, ist es deine Entscheidung das so zu leben?

T1: Prinzipiell ist es meine Entscheidung, weil ich mich dafür entschieden habe. Ich hätte mich ja jetzt auch für Punk, für Outdoor-Girlie entscheiden können oder etwas Alternatives. Aber ich habe mich halt für das entschieden, weil ich es auch schön finde, aber natürlich

beeinflusst mich Social Media da extrem. Weil wenn ich da dann dieses eine Top sehe, dann will ich das halt auch haben oder diese eine Hose. Ich muss sagen, gestern war ich im Zara und habe was gesehen und dachte mir – ja, das hat gerade wieder jeder. Und dann habe ich mich dagegen entschieden, weil ich mir dachte: ja, sicher gefällt es mir jetzt auch, aber eigentlich will ich nicht die Zehntausenste sein, die mit dieser Jacke herumläuft.

I: Welche war das?

T1: Wie so ein Bomber, aber als Trenchcoat.

I: Ah ja, der ist schön.

T1: Aber da habe ich mich dann bewusst entschieden: nee, das mache ich jetzt nicht, weil das hat gerade jeder. Aber so vom Stil her und von den Schnitten her, da mache ich schon mit.

I: Gab es da Momente, in denen du vielleicht gemerkt hast, dass du dich stark von außen beeinflussen lässt oder vielleicht auch so eine Form von Druck irgendwie gespürt hast?

T1: Druck eigentlich nicht, aber ich glaube, das hat damit zu tun, dass ich auf Social Media nicht so eine Reichweite habe, also ich bin ja da nicht so aktiv, dass ich da Druck spüren würde, weil es mir irgendwer schreibt – oh mein Gott, du hast das jetzt nicht mehr oder das kenne ich nicht. Und in meinem Freundeskreis gibt es das nicht. Das ist eigentlich jedem egal, was wer trägt und wie sich wer gibt. Wenn überhaupt, dann mache ich mir den Druck selbst.

I: Gibt es etwas an dieser Ästhetik, wo du das Gefühl hast, das kannst du einfach gut, also das entspricht deinem Können oder es gibt dir so ein bisschen ein Gefühl von Kontrolle?

T1: Also was ich von dem gut kann, dann sind das Haare. Und ich würde auch sagen Make-up. Aber ein Gefühl von Kontrolle, also damit ich dazu passe habe ich nicht. Es ist eher dann so, also wenn meine Haare dann greasy sind, oder so dann fühle ich mich auch nicht mehr so wohl, also selbst mit Sleekbun, denk ich mir dann ich schau aus wie ein Eierkopf. Also Kontrolle eigentlich nicht nein.

I: Und auch so in Richtung Sport auch nicht? Oder so Aktivitäten in Form von Hobbys, also nicht auf Aussehen zwingend bezogen?

T1: Beim Sport habe ich das Gefühl, wenn man sich generell schon interessiert dafür, dann kommt es auch mehr in deinen Algorithmus rein. Ich habe früher nichts mit Tennis in meinem Algorithmus gehabt und jetzt ist das voll damit. Natürlich finde ich diese Ästhetik geil. Also auch diese Old Money Ästhetik und da kann ich mich wieder identifizieren damit. Aber das ist eher so gekommen, nachdem ich wieder mit Tennis begonnen habe – also nachdem man darüber geredet hat. Was schon so ist: Pilates habe ich vorher nie gemacht. Das ist so stark, dass es sogar bei jedem reinschwappt. Und es passt eigentlich auch in die Ästhetik. Ich habe es jetzt zweimal gemacht, aber nicht wegen Social Media, sondern weil eine Freundin diesen Kurs gibt und weil ich es jetzt gezahlt bekomme. Genau, aber sonst würde ich es wahrscheinlich nicht machen.

I: Und andere Aktivitäten?

T1: Ich habe heuer einen ganz starken Wunsch in die Berge zu gehen, was ich nie hatte, aber da habe ich eher das Gefühl, das hat ein bisschen mit dem Alter zu tun. Das habe ich immer abgelehnt. Ich komme aus Österreich. Ich habe es abgelehnt das Landleben und jetzt denke ich mir so, naja, ist schon eigentlich auch sehr ästhetisch und sehr schön. Oder auch, dass ich gestern am Markt gegangen bin. Ich bin jetzt zehn Jahre in Wien und bin nie am Markt gegangen, aber ich fand das dann schon auch irgendwie ganz nice.

I: Hast du dich durch deinen Stil durch andere mal besonders verstanden gefühlt oder durch deinen ästhetischen Ausdruck eingebunden gefühlt in einen größeren sozialen Kontext?

T1: Also ich falle nicht gerne auf. Und da hilft das schon, wenn man so mit der Masse mitschwimmt. Also das ist ja – wenn man so einen Stil hat wie die Leni, da fällst du halt einfach auf und dann brichst du raus aus der Masse und da bin ich schon eher – da geh ich unter und das find ich eigentlich ganz gut.

I: Würdest du sagen, dass der Stil, den du im Moment lebst Teil deines Selbstbildes geworden ist oder dass das für dich irgendwie so eine Phase ist und da auch wieder was anderes kommen wird?

T1: Ne, glaube ich nicht, dass es eine Phase ist. Also ich glaube, das bin schon ich. Ich glaube, dass sich das verändern wird, wenn man älter wird und vielleicht andere Dinge ein bisschen wichtiger werden und man nicht so viel Zeit hat, ob dieses Outfit jetzt passt oder die Haare jetzt so perfekt sind, aber vom Stil selbst glaube ich nicht, dass sich viel verändern wird.

I: Glaubst du, du hättest dich auch in die Richtung orientiert, wenn es niemand anderes gemacht hätte? Weil es einfach so zu dir passt oder...

T1: Wie meinst du?

I: Dass du auch ohne die Inspiration, die du zum Beispiel über Instagram gekriegt hast, oder wenn diese Ästhetik im gesellschaftlichen Kontext nicht gäbe, dass du dich trotzdem zu ähnlichen Dingen...

T1: Ja glaube ich schon. Das war schon immer so. Ich hatte mal kurz eine Skaterphase, die war aber sehr kurz. Ich habe nicht geskatet, aber ich habe halt so baggy Sachen angehabt und war eher cool. Aber das war halt in der Unterstufe. Aber das war es eigentlich schon. Ich meine, man sieht das ja, wie wir so 16 waren, hatten wir alle diesen Schlauchrock an mit diesem T-Shirt und zwei T-Shirts drüber. Ganz schlimm, aber es hat halt jeder getragen und jetzt ziehen sie sich alle an wie Felix und Sophia und wir ziehen uns halt so an, also jetzt eher so Clean Girl und dann gibt es halt auch noch dieses Y2K. Ich glaube das gab es schon immer, auch ohne Social Media, weil es hat damals nicht so stark Social Media gegeben, dass es tragend war. Es gibt das aber immer. Und das siehst du auch bei deinen Eltern. Die haben dann auch alle dasselbe angehabt. Aber ich glaube schon, dass Social Media das verstärkt und dass es schneller geworden ist.

I: Ja, klar. Aber du würdest also sagen, dass du dich trotzdem auch ohne diese Bubbles in die Richtung entwickelt hättest.

T1: Ja, ganz sicher.

I: Gibt es Unterschiede zwischen dem, was du online zeigst, also das Bild, was du mit deinem eigenen Output kreieren möchtest und dem, was du offline bist? Oder würdest sagen, das deckt sich eigentlich?

T1: Natürlich, also wenn ich poste, dann sind das schon Fotos, wo ich mir wirklich Gedanken gemacht habe. Zum Outfit oder wo halt die Moods und die Hintergründe passen. Und ich meine, du weißt ich ziehe ganz oft Leggings an und ein Hoodie. Und das würde ich jetzt so nicht die ganze Zeit posten. Also wenn ich zum Beispiel auf Urlaub fahre, dann schaue ich nicht nur, wie das Wetter ist, sondern okay – das Outfit wäre cute und das Outfit wäre cute und das Outfit wäre cute, weil ich da Fotos machen will. Das ist so der Ausdruck des Besten selbst.

I: Und inwiefern würdest du sagen, beeinflusst die Ästhetik, die du verfolgst, die Art und Weise, wie du deine Freizeit gestaltest oder wie du dich mit Freunden triffst oder Pläne machst?

T1: Also früher war das schon ganz stark, da wollte man dann auch in diese schönen Restaurants oder zu schönen Brunch-Spots. Mittlerweile ist mir das eigentlich egal, weil ich dadurch, dass ich glutenfrei bin, eher schaue, wo ich was kriege. Da hat sich das geshiftet bei mir. Und es ist mir nicht mehr so wichtig, dass ich das dann auch immer zeigen muss, wo ich war.

I: Also würdest du sagen, eher losgelöst davon?

T1: Ja.

I: Und sind die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde auf deinen stilistischen Ausdruck wichtig? Oder interessiert dich das eigentlich nicht?

T1: Nö das ist mir eigentlich egal.

I: Und welche Rolle spielen Likes, Views und Reaktionen auf die Dinge die du auf Social Media für dich?

T1: Likes und Views gar nicht. Aber was ich schon sagen muss – da gibt es halt so, ich sage mal eine Handvoll Männer und da finde ich es schon gut, wenn die reagieren.

Aber sonst, ich schaue nicht mal nach, wie viele Likes ich habe. Also nicht so wie Anfang der 20er, wo mir das extrem wichtig war, aber heute ist mir das komplett egal. Für mich ist das wie so ein Bilderbuch. Also so, früher hat man das noch ausgedruckt und jetzt ist es halt in Instagram drin.

I: Und gibt es bestimmte Dinge, die dich weiter motivieren, dich ästhetisch auszudrücken oder dich stilistisch weiterzuentwickeln, also im Online- und im Offline-Kontext? Wo du dir so denkst, dass du das auch gern wärst oder...

T1: Nö, da bin ich ganz happy. Nein, also ich bin ganz happy so, wie es jetzt ist. Und wie es sich verändert, verändert es sich. Aber es ist nicht, dass ich noch denke: ich hätte gern die Tasche oder die Jacke oder sowas nicht mehr.

I: Hattest du das in der Vergangenheit auch gar nicht? War das immer so ein schleichender Prozess?

T1: Nö früher schon. Da hatte ich das schon, da wollte ich das und das darstellen. Aber das hat sich mit 26, 27 geshiftet bei mir.

I: Als das noch so war: hast du da noch so Schlüsselmomente im Kopf, was da bei dir so Triggerpunkte waren? Oder wo du dir gedacht hast, dass das dazu führt, dass du etwas unbedingt wolltest?

T1: Ich bin früher Influencern gefolgt, jetzt eigentlich nicht mehr. Also ich habe fast keine mehr drinnen. Und da war dann schon immer so dieser Lifestyle und diese Taschen und da diese Orte, da möchte ich auch hin. Aber seit ich denen nicht mehr so folge, habe halt diese Trigger nicht mehr.

I: Würdest du sagen, du entscheidest eher spontan, was du machst und wie du dich ausdrückst? Oder ist das schon irgendwie geplant, reflektiert und strategisch?

T1: Nö gar nicht. Es ist eher, was ist gewaschen und wie ich mich fühle. Es gibt so, ich würde sagen, das passiert alle drei Wochen mal, da liegen noch im Bett und sage: oh, dieses Outfit wäre cute, das könnte ich morgen anziehen. Aber das ist eher selten. Was schon sehr strategisch ist, ist Haare waschen. Das geht sonst nicht. Das ist auch mit Sport so, da plane ich dann und denke mir – okay, dann noch einen Tag Trockenshampoo oder man hat einen bestimmten Kundentermin und muss das schon genau getimed werden.

I: Würdest du sagen, dass deine eigene Ästhetik für dich eher Ausdruck der Zugehörigkeit ist? Oder irgendwie so ein Pool an Inspiration, den du aus verschiedenen Quellen ziehst und für dich selbst zusammenbastelst?

T1: Ich bastel es glaube ich schon selbst zusammen, auch wenn ich sehr Mainstream ausschaue. Für mich ist es aber eher ein Wohlfühlen. Es ist jetzt gar nicht so, als bräuchte ich Komplimente, weil mit denen kann ich eh nicht umgehen. Es ist eher in die Richtung, ich muss mich wohlfühlen. Ich will nicht den ganzen Tag sitzen und zuppeln müssen.

I: Würdest du sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T1: Ja, glaube ich schon. Das würde ich schon ganz eindeutig sagen, dass ich dieser Ästhetik entspreche. Ich werde auch Beige-Mom genannt also, ja.

I: Was möchtest du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen, für dich selbst, aber auch gegenüber anderen?

T1: Ja, eben, dass ich mich wohlfühle. Und ich muss schon sagen, ich habe mich früher eher, also mehr sexy gekleidet, jetzt ja gar nicht mehr. Also Ausschnitt ist ja bei mir gar nicht vorhanden und ich bin dann aber darauf gekommen, dass ich bei Männern die falsche Intention erwecke, und das ist mir schon sehr wichtig, dass ich eher Wifey Material ausstrahle als jetzt der nächste Banger.

I: Und gibt es da bestimmte Werte oder Vibes die du gerne verkörpern möchtest?

T1: Ja, Wifey-Vibes. Range Rover Mom. Ich bin such so aufgewachsen, ich glaube, du auch, dass es halt wichtig ist, dass du put together ausschaust, dass du einen guten Eindruck machst

und das kriegst du auch nicht mehr raus, wenn das dein Leben lang hörst. Ich habe auch schon manchmal diese Scheiß-auf-alles-Mentalität, aber nicht beim Aussehen.

I: Was bringt dich dazu, diese Dinge auf den Körper zu wollen?

T1: Ja Männer. Nein, ich glaube, das ist in jeder Ästhetik extrem wichtig, dass man sich wohlfühlt und dass man ein gutes Bild daraus macht. Auch wenn ich jetzt nicht super auffallen will, aber falls ich auffalle, will ich, dass es positiv ist.

I: Hast du das Gefühl, dass sich deine Motivation deinen Lebensstil zu gestalten, über die Jahre verändert hat?

T1: Ja, schon. Nicht mehr drastisch seit ich 17, 18 bin. Das ist halt dann eher, was in dieser Ära passiert und angesagt war, aber es verändert sich schon ein bisschen. Das ist dann normal, man will vielleicht noch ein bisschen mehr Baddie sein und jetzt will man halt mehr Wifey sein und ja, aber man bewegt sich in einer Range.

I: Würdest du sagen, dass der digitale Input bei dir da auch Rolle gespielt hat?

T1: Wahrscheinlich schon, weil ich konsumiere wahnsinnig viel Social Media und je mehr du von Dingen siehst, die dir gefallen, desto mehr willst du es auch.

I: Gut, danke, das waren eigentliche alle Fragen, die ich vorbereitet habe. Hast du von dir aus noch etwas worüber wir noch nicht gesprochen haben oder irgendwas, was dir zu dem Thema einfällt, wo du denkst, das passt irgendwie rein – das ist in deinem Kopf?

T1: Was ich schon glaube, ist, dass durch die sozialen Medien gerade im jungen Alter, wenn man so zwischen 18 und 25 ist, wo man eigentlich selbst noch nicht wirklich weiß, wer man ist, das schon auch gefährlich ist, weil ich habe dann schon eine Zeit lang die Lippen zu sehr aufgespritzt, falsche Wimpern mal eine Zeit lang gehabt und habe halt diesem russischen Ideal entsprochen. Ich habe das ein bisschen verfolgt. Wenn ich mir jetzt Fotos anschau, in dieser Zeit dann denke mir: Anna, was hast du eigentlich gemacht? Warum warst du so blond und warum hast du so große Lippen gehabt und warum, warum, warum? Man nimmt es jetzt anders auf, wenn man ein bisschen älter ist. Man filtert, man sieht, ja, das bin ich oder nein,

das bin ich nicht oder da sehe ich mich und ja, das finde ich cool und damals ist es halt so, ich möchte diese eine Person sein und dem hundertprozentig entsprechen und ich glaube das ist jetzt anders, weil man findet auch immer eine Ästhetik schön, aber man legt es auf sich um.

I: Würdest du sagen, dass dein Feed damals auch dem Ideal entsprochen hat?

T1: Ja, hundertprozentig! Hatte ganz viele Russinnen, aber bin auch als Russin eingeschätzt worden. Das finde ich jetzt ganz schrecklich, weil ich auch die Werte gar nicht vertrete von ihnen.

I: Ja guter Insight. Dann, danke!

T5 – Clean Girl – 12.08.

I: Vorweg würde ich dir nochmal erzählen, worum es überhaupt geht.

T5: Ja, sehr gerne.

I: Ich glaube, ein bisschen hast du es schon mitgekriegt, aber es geht um den Einfluss sozialer Medien auf unsere Lebenswelt und auf unseren ästhetischen Ausdruck – also wie wir uns anziehen und unser Leben gestalten, wie wir uns ästhetisch ausdrücken. Soziale Medien spielen da eben eine große Rolle, weil sie unsere visuellen Stile prägen, Trends weiterentwickeln und irgendwie auch ästhetische Normen entwickeln, die auch durch unsere eigene Partizipation weiterentwickelt werden, die wir aber eben auch einfach konsumieren. Und dieser Prozess, der findet manchmal bewusst statt, aber manchmal eben auch unterbewusst und dabei entstehen visuelle Muster, die uns dann in unserem eigenen Selbstbild beeinflussen können und auch wie wir unsere Identität so weiterentwickeln. Und deswegen frage ich mich, warum wir überhaupt bestimmte visuelle Stile in unseren Alltag und unser Selbstbild integrieren. Das Ziel dabei ist dann die Motivation hinter den Stilübernahmen zu untersuchen in diesem spannenden Feld zwischen dem digitalen Einfluss und unserer eigenen individuellen Identitätsentwicklung.

T5: Okay!

I: Genau. Und noch ein kleiner Disclaimer vorweg. Es gibt überhaupt kein Richtig oder Falsch. Es geht einfach um das, was dir so als erstes im Kopf kommt und um deine eigenen Meinungen. Du kannst also einfach ganz frei erzählen. Und wenn du etwas nicht beantworten willst, sag einfach ‚Halt stopp, will ich nicht‘, dann ist das auch total okay.

T5: Okay, ich gebe mein Bestes!

I: Zum Einstieg wäre es toll, wenn du dich noch einmal mit Namen, Alter und Geschlecht vorstellst.

T5: Ich bin XXX, 20 Jahre alt und weiblich.

I: Super, und weil es ja um soziale Medien geht, wäre es toll, wenn du einmal erzählen kannst, welche sozialen Medien du überhaupt nutzt.

T5: Snapchat, Instagram. Ich habe kein TikTok. Was gibt's denn noch alles? YouTube auf jeden Fall, ja. Zählt Pinterest auch dazu?

I: Ja Pinterest auch auf jeden Fall.

T5: Gut, das auch. Mehr fällt mir gerade nicht ein.

I: Okay und wann nutzt du diese Plattform? Also zu welchen Tageszeiten und in welchen Kontexten?

T5: Also ehrlich gesagt morgens schon direkt, vor allem Instagram. Ja, okay. Und abends eigentlich auch Instagram und YouTube. Und morgens ehrlich gesagt beim Frühstück auch manchmal YouTube, wenn ich gerade drüber nachdenke. Pinterest so immer zwischendurch, wenn mir langweilig ist.

I: Okay, das eigentlich geht schon so ein bisschen in die Richtung der nächsten Frage, und zwar: Was bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T5: Ich würde sagen auf jeden Fall Langeweile oder beziehungsweise noch nicht mal immer Langeweile, aber einfach dieses Ausfüllen von Zeiten, wo ich gerade nicht wirklich was zu tun habe. Also an der Bahn stehen, morgens beim Frühstück und wenn ich alleine zu Hause bin. Abends wenn ich im Bett liege, habe ich auch nicht richtig was zu tun. Also so diese Füllmomente sozusagen, von Termin zu Termin zum Beispiel oder so.

I: Ich habe so ein paar Nutzungsmotive herauskristallisiert, die ich dir gleich nennen würde und die ich auch noch mal ein bisschen erläutern würde. Und dann kannst du vielleicht einmal für dich gewichten, was da für dich an erster Stelle steht und was an letzter Stelle kommt. Das sind vier Stück.

T5: Alles klar.

I: Und zwar wäre das einmal Entertainment, also im Sinne von Entspannung, Ablenkung und Zeitvertreib. Dann Informationsbeschaffung, also nicht nur im Sinne von Nachrichten, sondern generell alle Infos, die du brauchst, um zu wissen – okay, da befinde ich mich oder was spielt sich so in meinem Umfeld ab. Dann Identitäre Beweggründe, also sowas wie Selbstkonzept, deine eigene Selbstdarstellung, sowas also alles, was zu deiner eigenen Person gehört und dann noch der soziale Aspekt, also Freundschaften und Zugehörigkeiten.

T5: Okay, also ich würde sagen, auf der ersten Stelle wird bei mir wahrscheinlich wirklich Entertainment stehen, dann vielleicht sogar der soziale Aspekt und dann identitäre Beweggründe – genau, die wahrscheinlich als drittes und die Informationen als letztes würde ich sogar sagen.

I: Und zum Einstieg würde ich auch gerne wissen, welche Ästhetiken und Stile dir häufig auf Social Media begegnen?

T5: So Bubbles?

I: Ja.

T5: Okay, auf jeden Fall die Mode-Bubble ist ganz oben mit dabei, Einrichtungen auch, also so Informationsquellen auch auf jeden Fall, also so Wissensseiten, kann man die so nennen

und so einfach so ein ruhigen Lifestyle, also so, der wahrscheinlich überhaupt nicht realitätsnah ist, aber der mich so ein bisschen runterbringt.

I: Und wie gestaltet sich die Mode-Bubble so? Also welche Ästhetiken ploppen da so auf?

T5: Also so schon auch so Clean-Girl-Ästhetik, aber auch so in Richtung Second Hand, war auch auf jeden Fall auf öfter dabei. Auch so ein bisschen 2000er, aber nicht dieses Hardcore 2000er. Eigentlich eher sehr clean, aber dann so ein bisschen Ausschwünge in die 2000er würde ich sagen.

I: Ich habe hier zwei Moodboards vorbereitet. Wenn du die anschaust, mit welchem identifizierst du dich eher?

T5: Mit dem Ersten [Clean Girl] auf jeden Fall. Habe ich ja eben auch schon ein bisschen erwähnt.

I: Was fasziniert dich denn besonders an diesen Ästhetiken, die du da siehst – also was bringt dich dazu, Teile davon vielleicht auch selbst zu adaptieren zu wollen?

T5: Ich glaube, also wenn ich irgendwie ein Video sehe auf Instagram zum Beispiel von irgendeinem Style, den ich schön finde, dann ist es natürlich dieses Verlangen danach, auch irgendwie so schön auszusehen, wie diese Person da gerade in dem Video oder so cool zu sein wie die Person gerade in dem Video und das dann auch so ein bisschen zu übernehmen und – also es gibt ja auch diese Videos, wo dann Leute auch immer drunter schreiben: woher ist das, woher ist das und da guckt man natürlich dann auch schon mal rein und guckt so okay – ah da kauft die ihre Sachen, wie cool, muss ich auch mal vorbeigucken. Ich glaube sowas, also dass man so ein bisschen natürlich versucht auch so, ja, so cool zu sein wie die Person in den Videos.

I: Und gerade da anknüpfend, wie sehr würdest du sagen, dass das denn deine Entscheidung ist, so zu leben oder dich so auszudrücken?

T5: Also ich glaube, diesen Grundstil hat glaube ich, oder irgendeinen Grundstil hat jeder, dass man sagen kann – okay, das gefällt mir und das gefällt mir nicht. Und dann wird man

vielleicht schon zum Teil in Richtungen bewegt, wo man eigentlich am Anfang nicht gesagt hätte, okay, das passt mir gerade oder das hätte ich jetzt irgendwie mehr ausgesucht. Und wie du meinstest, man adaptiert dann, glaube ich, schon einige Sachen auch, wo man ohne Instagram oder ohne soziale Medien nicht draufgekommen wäre. Was war nochmal deine Frage? Sorry.

I: Die beantwortest du eigentlich gerade schon: wie sehr du das Gefühl hast, dass es deine Entscheidung ist deinen Stil so zu leben.

T5: Ja, also ich würde wirklich sagen es gibt so eine Grundentscheidung und dann gibt es so Ergänzungen oder Ausschwünge.

I: Gab es vielleicht auch Momente, wo du einen Druck oder auch einfach einen Einfluss von außen gespürt hast?

T5: Schwierig.

I: Oder kam das immer ganz aus dir heraus?

T5: Nee, bestimmt nicht. Auch so Sachen, die ich machen möchte, wenn man so überlegt, so Videos, wo Leute irgendwie im Sommer in Surfcamps gehen oder so – ich weiß zum Beispiel, dass Surfen überhaupt nichts für mich ist, weil ich es schon mal gemacht habe und es total blöd fand, aber es sieht halt immer so cool aus trotzdem.

I: Und man will es dann trotzdem irgendwie?

T5: Genau, genau, irgendwie schon, obwohl man sich ja total bewusst ist, dass es nur so die besten Momente zusammengeschnitten sind. Aber trotzdem, es sieht halt mega cool aus und hat dann irgendwie einen Reiz.

I: Okay und wenn du jetzt so an deinen eigenen stilistischen Ausdruck denkst und das, was du vielleicht so adaptierst, hast du das Gefühl, dass dir das so eine Art Kontrollgefühl gibt – dass du weißt, das kann ich gut oder das passt eh gut zu mir und da kenne ich mich aus und

deswegen mache ich das gern oder denkst du da gar nicht drüber nach und hast gar nicht so ein Sicherheitsgefühl dabei?

T5: Kannst du das nochmal sagen?

I: Da geht so ein bisschen um unterbewusstes Kontrollgefühl. Ich gebe dir mal ein Beispiel: Wenn man als Kind besonders artistisch war und Kunstturnen gemacht hat und merkt, okay, das kann ich eh gut, weil es liegt mir körperlich vielleicht, dass du sagst, boah, Pilates finde ich jetzt super, weil das kann ich gut und da fühle ich mich sicher, weil da weiß ich, das kann ich sowieso gut. Den Stil so auslegen, dass man so ein Gefühl von Kontrolle hat und so ein Sicherheitsgefühl dabei. Hast du das oder hast du das eigentlich eher nicht? Dass du sagst, das kann ich eh, das mache ich.

T5: Nee, ich glaube, ich habe sowas tatsächlich nicht, weil ich nie, glaube ich, so eine Sache hatte, in der ich so extrem gut war. Also es gab, ich habe auch so – wenn man jetzt nochmal auf das Thema Hobbys geht oder so, gab es viele Sachen oder ich habe sehr viel ausprobiert und bin aber nie mit einem geblieben irgendwie. Deswegen wird mir jetzt im ersten Moment gerade gar nichts einfallen, glaube ich.

I: Also würdest du sagen, dass das für dich einfach so fließt und sich entwickelt?

T5: Ja, ich glaube das ist ein gutes Wort.

I: Und hast du dich durch deinen Stil durch andere schon besonders verstanden gefühlt oder vielleicht auch eingebunden gefühlt in einen größeren sozialen Kontext?

T5: Oh, ich glaube, ne, glaube ich eher nicht. Also, ne, ich glaube nicht. Also meinst du sozusagen, dass ich dadurch meinen sozialen Kreis zum Beispiel erweitern kann?

I: Nein, ich meine eher, dass du andere siehst und denkst: oh die sind ähnlich wie ich, weil die ziehen sich zum Beispiel ähnlich an oder geben sich ähnlich?

T5: Achso doch, mein Gott natürlich, doch! Das würde ich auf jeden Fall sagen. Oder dass man zumindest Leute auch beobachtet und sagt, naja, okay, die stylen sich ähnlich, die sind mir irgendwie sympathisch dadurch, kann man so sagen, vielleicht.

I: Vielleicht, dass du irgendwie das Gefühl hast, dich selbst ein bisschen verstanden zu fühlen, weil sie dir ähnlich sind?

T5: Ja genau!

I: Würdest du sagen, dass das schon Teil deines Selbstbildes geworden ist? Oder dass es einfach eine Phase ist, in der du dich gerade befindest?

T5: Nee, ich glaube, umso älter man wird, desto mehr findet man wirklich so seinen Stil, ein bisschen mehr und ich glaube, das ist schon auch Selbstfindung und Selbstdarstellung, also doch Selbstdarstellung auf jeden Fall, würde ich sagen.

I: Also würdest du schon sagen, dass du das auch bist und sich das weiterentwickelt, aber nicht nochmal komplett ändert?

T5: Ich glaube, Stil ändert sich generell vielleicht doch auch ein bisschen über die Jahre, weil natürlich kleidet sich jetzt meine Mama nicht so, wie ich mich kleide und hat sich früher vielleicht eher ein bisschen gekleidet, wie ich mich jetzt heute kleide. Doch, also wenn ich gerade nochmal drüber nachdenke, natürlich, was du auch schon angesprochen hast mit den Trends und so, da verändert sich immer der Style ein bisschen. Vielleicht ist das, wie ich vorhin auch schon meinte, so dieses Grundgerüst da und es gibt immer so kleine Abänderungen – so würde ich es vielleicht sagen.

I: Okay. Und glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes getan hätte?

T5: Nein, sicher nicht! Also ich glaube, dass Trends und was vielen gefällt oder was gerade so groß im Trend ist, dass man das nicht – also wenn das nicht so gewesen wäre und dass man sich natürlich so kleidet wie der Großteil der Gesellschaft irgendwie in deinem Alter. Also jetzt nicht so selbst auf irgendeine absurde Sache kommt. Ich glaube man wird da schon

gedrängt so bisschen in Richtung von – das ist so gerade irgendwie gut und ja, was war nochmal die Frage?

I: Ob du dich auch in die Richtung orientiert hättest, wenn es jemand anderes gemacht hätte? Aber da bist du ja auch gerade dabei, das zu beantworten. Also du glaubst schon, dass diese externen Stimuli halt irgendwo einen dahin bringen, wo man sich befindet?

T5: Ja, also ich finde das so in den Kleinigkeiten auf jeden Fall. Ich glaube wirklich, man hat so einen Grundstil, schon so ein Gefühl: ja auch das gefällt mir und das gefällt mir nicht. Also auch wenn man irgendwie vor einem Schaufenster steht oder so, da kann man ja schon auch sagen, das finde ich gerade schön oder das nicht. So von seiner eigenen Ästhetik her, aber diese Abweichungen von einzelnen Pieces irgendwie, die besitze glaube ich, also das ist schon gesellschaftsgeprägt irgendwie oder trendgeprägt.

I: Ja und gibt es Unterschiede zwischen dem, was du so online zeigst oder was du so online mit Freunden teilst und dem was offline der Realität entspricht oder würdest du sagen, dass sich das schon ziemlich entspricht?

T5: Ich glaube, dass online sehr, oder zumindest bei mir, auch sehr viel cleaner einfach alles dargestellt ist, also wie mit diesem Surfen zum Beispiel, dass da natürlich nur die schönen Momente dargestellt werden und die tollen und die cleanen und die ich weiß nicht – witzigen und lustigen Momente und dass jeder Tag nicht aus 30 Sekunden besteht und dass man sich nach außen hin doch auch anders darstellt als irgendwie sein Leben in Realität ist, das würde ich auf jeden Fall sagen – so ein Rosinen rauspicken.

I: Und inwiefern hat so das Gefallen an bestimmten Ästhetiken beeinflusst was für Aktivitäten du machst, wie du vielleicht auf deine Freizeit gestaltest mit Freunden und so? Hast du das Gefühl, da gibt es irgendwie einen Einfluss?

T5: Also ich glaube an erster Stelle steht schon, dass man irgendwie mit Freunden, das macht, was man auch irgendwie mag, aber dass da schon auch Social Media mit reinspielt. Also ich zum Beispiel mache Yoga und ich weiß, dass Yoga – also ich mache das schon seit ein paar Jahren, aber ich weiß, dass es in den letzten Jahren extrem populär geworden ist oder so, auch dieses so cleane um sieben Uhr aufstehen und erstmal eine Runde Pilates oder Yoga machen.

Und dass sich das natürlich schon auch irgendwie gut anfühlt, aber ich mache das vor allen Dingen, weil es mir einfach Spaß macht. Ja, was fällt mir denn noch ein? Also vielleicht würde ich es auch zusammenfassen – also auch, dass man sich zum Beispiel abends in der Bar trifft. Das mag ich gerne, aber wenn das jetzt noch eine schöne Bar dazu ist, wie mir zum Beispiel auf Instagram auch vorgeschlagen wurde, dann finde ich das natürlich doppelt besser. Also ich glaube, man macht schon das, was einem Spaß macht. Ich würde mich jetzt nicht irgendwo hin zwingen, wo ich irgendwie gar keinen Spaß dran hätte, nur weil es irgendwie auf Social Media gerade cool ist. Obwohl vielleicht würde ich es sogar mal ausprobieren. Weil ich mir denken würde, wenn das so viele Leute toll finden, dann sollte ich es vielleicht wirklich mal testen.

I: Hast du da ein Beispiel für?

T5: Ich glaube Matcha ist das beste Beispiel bei mir. Ich finde Matcha total eklig aber hab es trotzdem schon zweimal oder dreimal getrunken irgendwie.

I: Okay und sind dir so die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde auf deinen stilistischen Ausdruck und wie du deinen Lebensstil so gestaltest wichtig?

T5: Ich glaube, man freut sich, wenn man Komplimente für irgendwas bekommt. Ich glaube, da freut sich jeder immer und fühlt sich so ein bisschen bestätigt. Aber, uh, schwer. Ganz schwer. Vielleicht auch so, vielleicht...

I: Bringt das irgendwie Gedanken ins Rollen, wenn jetzt negative Kommentare kommen. Oder vielleicht einfach gar keine Reaktion. Was macht das mit dir?

T5: Ich glaube gar keine Reaktion. Also negativ weiß ich gar nicht, ob ich das so richtig schon mal bekommen habe. Ich glaube nicht. Gar keine Kommentare machen mir eigentlich auch nichts aus. Ich glaube ich freue mich wirklich immer, wenn ich ein Kompliment bekomme und bin so, ah, cool, danke. Aber wenn jetzt niemand irgendwie was dazu sagt, dann bin ich jetzt nicht enttäuscht darüber, dass mein neuer Rock jetzt irgendwie kein Kompliment ausgelöst hat.

I: Okay verstehe. Und so im Online-Kontext, welche Rolle spielen Likes, Views, Reaktionen auf Stories und Posts – ja, welche Rolle spielen die für dich?

T5: Ich Also so vor allen Dingen: Story-Likes. Da freue ich mich auch immer drüber, wenn Leute meine Story liken und da guckt man – also, ich gucke auf jeden Fall schon drauf und bin so, ah ja, okay, interessant. Aber ich bin jetzt auch, ich glaube, ziemlich ähnlich wie davor, ich bin jetzt auch nicht so, dass ich irgendwie durchschaue und gucke, ah, der hat oder diejenige hat meine Story jetzt nicht geliked, sondern ich gucke wirklich nur auf die Likes und bin so, okay, ist ganz schön, dass das doch so ein paar Leute schön fanden, aber ich bin jetzt nicht extra so, dass ich irgendwie es blöd finde, wenn irgendjemand das nicht liked oder so, oder damit enttäuscht bin. Also das würde ich nicht sagen.

I: Und gibt es so Dinge, wo du sagst das motiviert dich total, dich so ästhetisch weiterzuentwickeln? Dich weiter auszudrücken, so im Online- und Offline-Kontext, wo du denkst: das ist so cool, das will ich auch, das spricht mich an?

T5: Also zählt dazu auch schon so, wenn ich irgendwie so ein T-Shirt oder so schön finde und das dann kaufe, zählt das auch schon dazu?

I: Ja, genau! Oder auch, wenn du eine Stilrichtung siehst, wo du dir denkst – super! Was sind da so Triggerpunkte?

T5: Oh weiß ich gerade gar nicht. Also so Punkte, wo ich dann sagen würde, okay, das würde ich jetzt gerne auch gerade übernehmen.

I: Ja, oder das hättest du jetzt gern.

T5: Also, wenn ich jetzt wieder auf Mode gehen würde, würde ich wieder sagen, wenn es einfach an der Person cool aussah, wenn es mir selber gefallen hat oder wenn ich das Video oder das Foto schön fand und mir denke, okay, das hat sie cool gestylt und das könnte ich mir – also das würde ich auch gern haben. Aber ich kann jetzt irgendwie nicht so richtig so Momente sagen.

I: Du würdest immer sagen, dass es dir entspricht in dem Moment auch und dass es nichts ganz Neues ist?

T5: Auf jeden Fall! Also ich glaube nicht, dass es jetzt irgendwie komplett eine neue Richtung ist, wo ich dann gecatcht werde von irgendeinem Video und sage, okay, das brauche ich jetzt auch oder so in diese Richtung werde ich mich jetzt auch bewegen, weil ich das total cool finde. Also ich glaube, so ein bisschen ist es wieder in meiner eigenen Ästhetik in meinem eigenen Ziel und dann gibt es diese kleinen Abweichungen wieder, die vielleicht manchmal auch gar nicht so klein sind, aber so im Grundding noch meiner eigenen Ästhetik entsprechen würde ich sagen.

I: Okay und würdest du sagen, dass sich dein Stil durch dieses Ausgesetztsein an kleinen Stimuli irgendwie verändert hat?

T5: Ja, also wie gesagt, mit diesem – also, wenn ich gar kein Social Media hätte und komplett abgeschieden von der Welt wäre, dann würde ich mir jetzt nicht morgen meinen Polka-Dot-Bikini kaufen zum Beispiel. Ich bin ja gerade auch im Urlaub und ich habe auch tatsächlich nur ein Bikini dabei und war schon – also ich gehe mit meiner Mama morgen hier auf den Markt und war schon – also hab mir schon gedacht, wenn es den morgen gibt, dann bin ich aber dabei. Deswegen auf jeden Fall, bewegt es uns hier in eine Richtung und ich glaube, ich wäre von selber jetzt nicht draufgekommen, mir ein Punkte-Bikini zu kaufen, aber ich finde es trotzdem süß, also es gefällt mir trotzdem. Ich finde das einen süßen Bikini zum Beispiel. Ich glaube aber nicht, dass ich selbst jetzt irgendwie draufgekommen wäre, aber es ist jetzt nicht so, dass ich es irgendwie hässlich finde und nur trage, weil es jetzt gerade alle Leute tragen oder weil es gerade im Trend ist. Also ich glaube schon, dass ich so meinem eigenen Gefühl treu bleibe, da, aber von selbst wahrscheinlich nicht draufgekommen wäre.

I: Aber es ist schon was, wo du sagst das gestaltest du aktiv mit.

T5: Ja, ja!

I: Kannst du dir vorstellen, dass sich da irgendwas unterbewusst beeinflusst?

T5: Allein jetzt gerade bei meiner Erzählung beeinflusst mich das ja schon. Also wie gesagt, ich wäre wahrscheinlich nicht selbst drauf gekommen und dann sehe ich diese 15 oder eher 50 Videos mit Leuten die das irgendwie cool stylen und die total cool damit aussehen und dann bin ich natürlich auch so, okay, krass – ja, brauche ich.

I: Und würdest du sagen, du entscheidest eher spontan, was du machst, wie du dich ausdrückst, wie du dich anziehst, stylst oder denkst du schon so über deine Außenwirkung nach – konzipierst es irgendwie reflektiert, was du wie konsumierst, anziehst zeigst ausdrückst? Wie würdest du sagen, ist das bei dir gelagert?

T5: Also ich bin schon so, dass ich dann, wenn ich mir irgendwie was kaufe, denke ich – okay jetzt kann ich mir aber den Rest auch mal wieder hier aussortieren, weil sonst quillt gerade mein Kleiderschrank über. Und dass ich schon auch zweimal nachdenke, brauche ich das jetzt wirklich? Ich würde sagen, ich befinde mich wirklich so in der Mitte. Ich bin mir dem schon bewusst, dass ich auch natürlich überdurchschnittlich viel irgendwie konsumiere. Ich weiß gar nicht, was der Durchschnitt ist, ehrlich gesagt. Aber allein dadurch, dass man so geleitet wird und Trends so extrem schnelllebig sind, würde ich schon sagen, dass man da doch viel konsumiert, dadurch. Aber ich glaube, ich hinterfrage schon auch zumindest irgendwie einmal im Kopf, okay, ist das jetzt wirklich – werde ich das noch in einem halben Jahr wirklich auch noch anziehen? Und bestimmt mache ich viele Fehlkäufe und schnell zu schnell entschiedene Käufe, aber ich glaube, dass ich da nicht so ganz extrem blind durchgehe, so würde ich mich einschätzen.

I: Also auch wieder da so 50:50 irgendwie?

T5: Ja!

I: Und würdest du sagen, dass deine eigene Ästhetik schon Ausdruck von einer Zugehörigkeit oder einem Wunsch von einer Zugehörigkeit, von einer Außenwirkung ist oder eher ein Spiel mit unterschiedlichen Dingen, dass du einfach Inspiration aus unterschiedlichen Interessen ziehst und daraus dir irgendwie so deine Ästhetik zusammenbaust.

T5: Also sozusagen die Frage kurz runtergebrochen, ob ich das mache, um irgendwie dazugehören zu bestimmten Trends, zu bestimmten Sachen oder ob ich das wirklich nur mache, um meinen Stil zu erweitern.

I: Ja, genau. Aber auch woher du deine Inspiration ziehst – also eher aus anderen Gruppen oder aus deinen Interessen, aus dem, was dich sonst inspiriert.

T5: Ich würde schon auch sagen, dass ich aus anderen Gruppen – also natürlich Social Media ist ein großer Aspekt, aber auch bei anderen Leuten, die ich in der Realität sehe, dass ich mir schon da denke, okay, das sieht cool aus, das könnte ich mir bei mir selber auch gut vorstellen. Und ich glaube ich würde wieder sagen, dass man schon so eine Grundästhetik hat, wo man einfach mit aufwächst oder die man so über die Jahre entwickelt. Ich glaube, ich wurde viel auch wirklich durch meine Mama geprägt. Aber natürlich, also man nimmt schon auch Sachen oder ich nehme Sachen auf und wie gesagt, sehe dann bei irgendwelchen Leuten, ah ja, das ist cool und dann könnte ich mir auch vorstellen, das selbst zu kaufen oder zu tragen oder mir ins Wohnzimmer zu stellen, weil ich es schon einfach gesehen habe irgendwo und erst mal auf die Idee oder nicht selber auf die Idee vielleicht gekommen wäre, wie bei dem Bikini und das ich das dann doch so adaptiere und annehme. Ergibt das Sinn? Ich weiß nicht. Also wieder so...

I: Ein Mix eigentlich?

T5: Ja genau!

I: Und würdest du sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T5: Nein, ich glaube nicht. Auch hier bin ich wieder ein Mix irgendwie und bleibe nicht stringent bei einer Ästhetik.

I: Okay und was würdest du sagen, was du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen möchtest – für dich selbst oder gegenüber anderen?

T5: Ich glaube, also jetzt wieder auf den Style bezogen, mich irgendwie gut fühlen. Also ich finde – bei mir ist es so, wenn ich am Morgen irgendwie ein Outfit anziehe, in dem ich mich

wohlfühle, dann geht es mir am Tag schon viel besser. Das hört sich so blöd an, aber es ist wirklich so, glaube ich. Und auch mit Einrichtungen: natürlich stellt man sich irgendwas rein, womit man sich dann wohlfühlt. Ich glaube, da geht es erstmal so um den Aspekt sich selbst wohlzufühlen und ja, ich glaube, das ist so.

I: Und gegenüber anderen? Denkst du darüber nach oder eigentlich gar nicht?

T5: Bestimmt denke ich da auch drüber nach, also bestimmt überlege ich schon. Ob das jetzt heute angemessen ist. Also, wenn ich zur Uni gehe ehrlich gesagt, dann ist ja jeder Tag derselbe so ja, also ich denke jetzt eher an irgendwie so, keine Ahnung, abends essen gehen oder also, dass man da dann schon auch überlegt passt das jetzt irgendwie in die Location rein oder nicht oder bin ich zu overdressed oder underdressed oder so in der Uni ja – da bin ich, glaube ich nicht so streng.

I: Und gibt es so bestimmte Vibes oder Werte, die du gerne verkörpern möchtest?

T5: Würde mir jetzt auch irgendwie nichts einfallen.

I: Okay und hast du das Gefühl, dass sich die Motivation deinen Lebensstil ästhetisch zu gestalten, im Laufe der Jahre verändert hat?

T5: Ja, auf jeden Fall – also, ob sich mein Stil über die Jahre verändert hat?

I: Ja, oder die Motivation dahinter, dein Leben ästhetisch zu gestalten – warum du das machst, für wen und in welchem Ausmaß?

T5: Ich glaube schon, dass sich das immer weiter entwickelt oder anders wird zum Teil auch. Ich glaube, ein Aspekt ist auf jeden Fall, dass man einfach älter wird und andere...wenn ich jetzt an mein Kinderzimmer denke, ich hatte früher so einen Schrank mit so bunten Türen und irgendwann dachte ich mir so, oh mein Gott, das ist so kindisch. Und das war glaube ich wirklich fast noch vor meiner Social-Media-Zeit, wo ich dann zu meinen Eltern gesagt hätte, ich würde gerne weiße Türen haben. Und nicht mehr die bunten, aber zum anderen natürlich trotzdem auch wieder dieses Social-Media-Ding, dass man was sieht und es cool findet und dann sich doch auch denkt, ah ja, cool, das könnte bei mir auch gut reinpassen – auch wieder

so eine Mischung würde ich sagen. Ich glaube, das verändert sich wirklich mit dem Alter einfach, dass man sich in seinem Stil weiterentwickelt oder in eine andere Richtung entwickelt, aber natürlich wird man auch durch gesellschaftliche Werte irgendwie geprägt oder durch irgendwelche Influencer.

I: Eigentlich ja wieder auch so dieses Ding mit einer Grundentwicklung, mit so einem Grundstil, den du beschrieben hast und dann so das, was von außen reinkommt.

T5: Ja, voll.

I: Ja das waren eigentlich alle vorbereiteten Fragen. Hast du jetzt noch irgendwas im Kopf, was dir einfällt, wo du das Gefühl hast, da haben wir nicht drüber gesprochen, das passt aber irgendwie zum Thema – wenn nicht ist es auch nicht schlimm, aber ich frage immer.

T5: Nee, ich glaube nicht. Ich hoffe, ich habe mich nicht zu sehr verhaspelt hier.

I: Nein, nein, nein gar nicht.

T5: Man fühlt sich echt so ein bisschen ertappt, wenn du dich Fragen stellst.

I: Ja ich weiß, aber das ist auch so ein bisschen die Absicht dahinter.

T4 – Clean Girl – 28.07.

I: Gut, vorweg, würde ich das Thema noch einmal kurz zusammenfassen. Es geht um den Einfluss sozialer Medien auf unsere Lebenswelt, die man sich selbst gestaltet wie man möchte – wie man sich eben ästhetisch ausdrücken möchte. Das heißt, welche Kleidung man trägt, was man gern im Alltag macht und so weiter – eben, weil soziale Medien visuelle Trends prägen, Normen prägen, ohne dass wir das vielleicht merken. Also das passiert bewusst, aber eben auch unbewusst. Und diese visuellen Muster, die wir verinnerlichen entstehen eben durch komplexe Wechselwirkungen und Veränderungen, aktive Teilnahme mit anderen Nutzern und sozialen Interaktionen. Und diese Muster beeinflussen eben auch, wie wir uns selbst sehen und wie wir unsere Identität und unser Leben formen. Und die zentrale Frage, die ich mir in meiner Arbeit stelle, ist deswegen: warum übernehmen wir eben bestimmte visuelle

Stile in unserem Alltag? Und ich möchte eben diese Motivationen dahinter analysieren, warum es zu bestimmten Stilübernahmen kommt in diesem Spannungsverhältnis aus digitalem Einfluss der sozialen Medien und der individuellen Identität, dem eigenen Selbstverständnis. Hast du dazu Fragen?

T4: Nein momentan noch nicht.

I: Okay, noch ein kleiner Disclaimer vorweg: Es geht wirklich um deine eigenen Meinungen und Empfindungen. Hier gibt es kein Richtig oder Falsch. Es soll einfach wirklich ganz frei erzählt werden, was man so empfindet oder fühlt und denkt. Da ist gar kein Judgement dabei, sondern es geht einfach nur darum, was so aus dir herauskommt und natürlich musst du nichts erzählen, was du nicht erzählen möchtest, also teile nur das, womit du dich wohlfühlst. Aber wie gesagt, alles wird anonymisiert. Das heißt auch, wenn du irgendwie was anders siehst als andere Meinungen oder das Gefühl hast, Gott, das entspricht jetzt vielleicht nicht dem Mainstream, auch nicht schlimm. Also es geht wirklich einfach darum, wie du die Situation siehst. Bevor wir jetzt beginnen, wäre es super, wenn du mir nochmal, deinen Namen, ist nur für mich zur Zuordnung, nennen könntest, dein Alter und dein Geschlecht nennst.

T4: Ich bin XX, bin 26 Jahre alt und weiblich.

I: Okay, super. Genau, also wie ich eben schon gesagt habe, es geht um soziale Medien und um die Inhalte die dich ästhetisch inspirieren und vielleicht ein Vorbild bilden. Deswegen, wäre es zu Beginn erstmal spannend zu erfahren, welche Plattform du so nutzt.

T4: Ich benutze Instagram am häufigsten würde ich sagen, dann Pinterest nur in ausgewählten Fällen, wenn ich irgendwie Inspo für was Bestimmtes brauche, sonst Snapchat benutze ich auch viel, aber das war es. Ich habe kein TikTok.

I: Okay, alles klar. Und wie häufig und in welchen Kontexten nutzt du diese Plattformen?

T4: Also Instagram und Snapchat nutze ich auf jeden Fall täglich mehrfach zu unterschiedlichen Tageszeiten. Ich glaube, das kann man gar nicht so festmachen, ob es da fixe Zeiten gibt. Aber nach dem Aufwachen wird mal reingeschaut was sich getan hat,

untertags in Arbeitspausen, aber auch viel vorm Schlafen gehen am Abend nochmal. Je nachdem, wie das Zeitkontingent ist. Und gibt einige Tage, wo es wieder sehr wenig ist und dann wieder Tage, wo viel mehr ist. Und Pinterest wirklich nur zu Anlässen.

I: Okay, gut. Und was bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T4: Ich würde sagen, dass das sehr sozial getrieben ist, also einfach zu sehen, was andere so machen.

I: Ich habe da mal vier Kategorien mit Nutzungsmotiven aufgestellt. Da wäre es toll, wenn du die einmal für dich nach Wichtigkeit ranken könntest. Das wäre einmal Entertainment, wie Entspannung, Ablenkung und Zeitvertreib, dann Informationsbeschaffung, also eine Orientierung und Verstehen der eigenen Umwelt, dann der soziale Aspekt und Selbstkonzept, also alles, was dazu beiträgt, dass du dich selbst weiter entwickelst, darstellst und verortest.

T4: Ich würde sagen, der soziale Aspekt, ist auf Platz eins, weil man einfach wissen möchte, was bei den anderen gerade so passiert, was da so abgeht, gleichzeitig auch um in Kontakt zu bleiben mit Leuten. An zweiter Stelle kommen für mich die Informationsbeschaffung zum Beispiel für Nachrichten und so. Entertainment geht damit irgendwie einher, deswegen ist das Platz drei und auf das Selbstkonzept achte ich nicht so bewusst, aber bei Trends und so spielt das natürlich eine Rolle. Das vermischt sich auch auch ziemlich, glaub ich.

I: Okay und zu Beginn, würde mich noch interessieren, welche Ästhetiken und Stile dir so am häufigsten begegnen – was kommt dir in den Kopf, was siehst du häufig?

T4: Das kommt sehr stark darauf an, in welcher Bubble man sich gerade bewegt und dementsprechend wird einem ja auch das ausgespielt, was einen interessiert und bei mir wäre das in Richtung Clean Girl mit Scandi-Style Einflüssen.

I: Gut, okay, ich schicke dir jetzt gleich mal zwei Moodboards und dann kannst du einmal sagen, ob du dich mit einem der beiden ein bisschen identifizieren kannst.

T4: Ja das mit Clean Girl, wie ich eben ja auch schon ein bisschen hab anklingen lassen.

I: Und was fasziniert dich an der Ästhetik, also warum spricht sie dich mehr an als andere?

T4: Weil ich mich persönlich mehr damit identifizieren kann, als mit der anderen Option. Es gefällt mir einfach nicht und es nicht so mein Style. Und das erste [Clean Girl] – damit werde ich in meiner Bubble einfach mehr konfrontiert. Das wird mir mehr ausgespielt, als das andere.

I: Aber womit begründest du, dass es dich mehr anspricht? Was gefällt dir daran konkret?

T4: Weil es einfach ein paar Sachen davon gibt, die ich mir auch gern aneigne. Mit schönen Nägeln, mit Ugg-Boots oder so, da würde ich mich auch schon einordnen. Das ist ja auch sehr Stil-überlappend. Da gibt es auch Dinge, die gut in den Scandi-Stil reinpassen, der mir auch gut gefällt. Das passt dann einfach.

I: Okay. Und wie sehr würdest du sagen, dass es deine Entscheidung ist, diese Teile zu adaptieren oder dich so auszudrücken?

T4: Ich glaube, der Trend wird mir vorgegeben und dann überlege ich, ob ich das wirklich gut finde. Oft sind es auch Sachen, die ich eigentlich gar nicht gut finde, dann sehe ich sie immer öfter und dann plötzlich finde ich sie gut. Also ich meine, das soziale Medium gibt mir das vor und ich adaptiere es dann in der Regel und finde es plötzlich ansprechend.

I: Okay, also du würdest sagen, es ist ein Zusammenwirken aus eigenem Gefallen und Beurteilen und dem Vorspielen von Dingen und Gewöhnung?

T4: Ja, sagen wir, Boston Birkenstocks zum Beispiel, fand ich eigentlich ultra hässlich. Sehr, sehr lange Zeit habe ich sie immer öfters auf der Straße gesehen, weil sie sehr viele Leute getragen haben, eben weil man sie auf Social Media sehr viel gesehen hat und plötzlich fand ich es cool.

I: Gab es Momente in denen du gemerkt hast, dass du dich von außen hast beeinflussen lassen oder vielleicht auch so gewissen Druck gespürt hast plötzlich, dich auf eine bestimmte Art und Weise ausdrücken zu wollen?

T4: Ich glaube, Druck ist zu stark formuliert, aber doch eine Tendenz in eine Richtung zu gehen, in die sehr viele gehen – so irgendwie mit dem Schwarm oder mit dem Strom auch mitziehen und sich dann ähnlich kleiden. Das glaube ich schon.

I: Okay. Und gibt es etwas an dieser Ästhetik, dass du besonders gut kannst oder was dir an deinem Ausdruck, ein Gefühl von Können oder Kontrolle gibt?

T4: Ich glaube, man fühlt sich in einer Gruppe mehr zugehörig. Aber ich weiß nicht, ob es mir jetzt eine Kontrolle gibt über irgendetwas.

I: Dass du vielleicht merkst, im Vergleich zu anderen Ästhetiken – dass etwas mehr deinen Fähigkeiten entspricht? Zum Beispiel auch in die Sport-Richtung.

T4: Spontan fällt mir das jetzt nichts ein. Ich würde eigentlich nicht, sagen, dass ich jetzt bewusst Kontrolle empfinde, aber bei Sport – prinzipiell mache ich gerne Sport und meine Bubble und das was ich so auf Social Media gesehen hab, hat mich auch dazu gebracht Pilates auszuprobieren und dann hab ich gemerkt, dass ich das voll gern mache. Der Trend hat mich inspiriert es mal zu probieren und dann habe ich gefallen dran gefunden und man hat das Gefühl unter vielen Gleichgesinnten zu sein. Ich finde es auch schön mit Freundinnen gemeinsam hinzugehen. Dementsprechend ist das dann ein gemeinsamer Sport geworden, den man dann gemeinsam ausübt.

I: Schön! Wie hast du das Gefühl, dass andere darauf reagieren, wenn du das kommunizierst?

T4: Ich glaube, man wird schon irgendwie abgestempelt, dass man ja irgendwie diese Gruppezugehörigkeit hat und dass dann viele denken: ah, ein Clean Girl, ah, ein Pilates Girl und das ist ja alles fine, wenn man mit Personen spricht, die auch Überschneidungen haben, aber ich glaube auch, dass wenn eine Person das hört, die nicht der Gruppe entspricht, glaube ich, kann es schon noch kritisch betrachtet werden.

I: Okay. Hast du dich denn andersherum durch deinen Stil durch andere besonders verstanden oder durch einen ähnlichen Ausdruck anderer eingebunden gefühlt in einen größeren sozialen Kontext?

T4: Ich glaube, man hat einfach eine Grundsympathie mit Leuten, die einem auch vom Äußeren ähnlich sind, von dem, wie man sich kleidet und so. Ich glaube, da fühlt man sich einfach ein bisschen mehr zugehörig, mehr als wenn jetzt jemand herkommt mit einer riesigen Goa-Hose, wo ich mir denke – okay, der ist wahrscheinlich vom Charakter auch sehr anders, weil ich glaube nicht, dass das zusammenpassen würde.

I: Also entwickelst du da auch so eine Art Reflektion darüber, wie du auf dein Gegenüber wirkst – so im Sinne von: die Person checkt, wie ich bin?

T4: Ja, wahrscheinlich schon eher. Obwohl das ja gar nicht sein muss, aber ich glaube, das Äußere täuscht uns erstmal und denkt, man ist ähnlich.

I: Okay. Und würdest du sagen, dass dieser Stil, Teil deines Selbstbildes geworden ist? Oder hast du das Gefühl, dass es eher einfach eine Phase ist, in der du dich gerade bewegst?

T4: Ich glaube, dass es echt Teil des Selbstbildes ist. Ich glaube, es ist keine Phase. Ich glaube nicht, dass das vorbeigeht.

I: Glaubst du nicht, dass du da irgendwann rauswächst?

T4: Vielleicht aus einem Trend schon, aber aus dem Grunddingen glaube ich nicht. Sagen wir jetzt Pilates – dass ich den Sport cool finde. Ich glaub ich auch, wenn er nicht mehr modern wäre und wenn Clean Girl als Trend jetzt vorbeigehen würde und bouldern stattdessen total beliebt und überall auf Social Media wäre, glaub ich trotzdem, dass ich weiter Pilates machen würde, einfach weil es mir Spaß macht.

I: Okay. Glaubst du, dass du dich auch in diese Richtung orientiert hättest, wenn es niemand anderes gemacht hätte?

T4: Nein, glaube ich nicht. Wenn ich den Trend nicht gesehen hätte, dass es Pilates gibt, hätte ich es nicht ausprobiert wahrscheinlich.

I: Also brauchst du schon diesen Anstoß von außen?

T4: Ja, ich denke schon.

I: Okay. Und gibt es generell einen Unterschied zwischen dem, was du selbst online zeigst – also das Bild, dass du mit deinem eigenen Output irgendwie kreieren möchtest, und dem, was offline dann doch der Realität entspricht? Gibt es da eine Diskrepanz?

T4: Auf jeden Fall!

I: Wie würdest du die beschreiben?

T4: Nach außen spiegelt man das, was man möchte, was andere denken, wie man ist oder was man zeigen möchte und ich glaube, dass man trotzdem bewusst Sachen versteckt auch, die halt nur enge Freunde zu Gesicht bekommen. Aber ein soziales Medium ist für die breite Masse und nicht für einen engen Kreis und deswegen gibt es ja auch die Funktion mit engen Freunden zum Beispiel, wo du ausgewählte Dinge nochmal gesondert in der Gruppe zeigen kannst. Ich glaube, dass was die breite Masse sieht, ist ein Teil von dir, aber entspricht nicht deiner gesamten Persönlichkeit und wie du dich verhältst und wie du bist.

I: Und hast du das Gefühl, dass du bewusst darüber nachdenkst, welches Bild du von dir zeichnen möchtest und orientierst dich dabei auch an Trends?

T4: Ich glaube, man ist schon man selbst, aber trotzdem schaue ich in welche Richtung gehen Trends und wie verhält man sich in dem Kontext. Also konkretes Beispiel: Man hat einen Post, früher war es ein einzelner Post, ein Foto. Dann plötzlich ist es modern, mehrere Fotos zu posten in der Serie und dann plötzlich kommt Musik dazu. Man übernimmt das, weil jeder es so macht. Für mich wäre es wahrscheinlich gleichwertig, ob da jetzt Musik dabei ist oder nicht, von den Fotos her. Aber man macht es halt, weil es modern ist. Und dann findet man es auch cool und denkt sich so – hey, eigentlich ohne Musik fehlt irgendwie was. Also man übernimmt es so und ich glaube nicht, dass man sich deswegen, dass der Inhalt anders ist. Es kommt anders rüber und weil man zeigt, dass man am Zahn der Zeit ist.

I: Gut, das kann ich nachvollziehen. Inwiefern hat das Gefallen an dieser Ästhetik beeinflusst, welche Aktivitäten du ausführst oder wie du die Freizeit also jetzt unabhängig von Hobbys, wie du deine Freizeit gestaltest? Also so auch an Aktivitäten mit Freunden.

Pilates hast du ja schon angesprochen, aber vielleicht kannst du noch ein bisschen mehr dazu erzählen.

T4: Ich finde das spannend, weil wenn ich jetzt ein Clean Girl bin und du es auch bist und wir beide Pilates für uns entdeckt haben, dann hat das eine Auswirkung auf unser privates Leben und wir sagen, wir treffen uns für Pilates. Also dieser Trend, also diese Ästhetik hat das initiiert und man übernimmt es dann und übernimmt auch in seinen Freundesaktivitäten. Oder auch, dass man gerne Cafés ausprobiert, die man auf Instagram sieht. Das mache ich schon gern. Oder neue Matcha-Places. Aber das mache ich einfach, weil ich Lust darauf bekomme, weil ich es sehe und dann teile ich das mit Freunden und wir nehmen das als Anlass uns zu sehen.

I: Okay, gut und sind dir Reaktionen aus deinem Bekannten- und Freundeskreis auf deinen stilistischen Ausdruck, sei es offline oder online, auf deinen Lebensstil wichtig?

T4: Ja, ich glaube, online würde man jetzt instinktiv sagen: nein es ist mir egal, aber ich glaube nicht, dass es einem egal ist, was andere denken und wie die Ästhetiken sind und wo man sich zugehörig fühlt. Trotzdem glaube ich, dass offline nochmal viel, viel wichtiger ist, weil es sind die Leute, die wirklich zählen. Auf den sozialen Medien ist das anonym. Ich glaube, das ist trotzdem online schon unterbewusst Thema ist, sonst würde man ja nicht überlegen, welche Bilder nimmt man, schaut man da gut drauf aus, wie schaut da das Gewand aus, was ich an habe und so weiter. Also es ist ja schon anscheinend auch nach außen wichtig. Ich glaube man denkt, dass es für einen weniger wichtig ist, als es unterbewusst dann doch ist.

I: Würdest du sagen, dass dann, wenn du das so schon reflektierst, offline tatsächlich wichtiger ist als online?

T4: Ja, ich finde trotzdem offline noch mehr. Ich finde, das sind die Personen, die dann wirklich zählen. Die anderen sind eine breite Masse. Du präsentierst dich ja online ganz anders, als du im echten Leben auch bist. Natürlich ist ein Teil von dir, aber das bist nicht du zu 100%, das sind vielleicht 10% von dem, was du bist.

I: Ja das stimmt. Ich meinte also – vielleicht weil du das eben so beschrieben hast, man überlegt sich schon genau, was man postet und wie man was auswählt, dass da, wenn man das ja im analogen Leben nicht so tut, da eine andere Nervosität mit einhergeht.

T4: Ur spannend. Ja, ich glaube man ist schon nervöser – man exposed sich halt mehr, so wie man offline ist. Im echten Leben überlegt man da ja gar nicht so.

I: Da spielen dann unterschiedliche Faktoren eine Rolle. Was machen denn Bestätigungen, negative Kommentare oder ausbleibende Reaktionen mit dir?

T4: Ich glaube, es spielt auch eine größere Rolle, als man sich eingesteht. Ich sage es, wie es ist – weil ich meine, das ist das Erste, was man macht: ah haben da schon Leute den Post geliked, obwohl es eigentlich scheißegal ist, ob sie es geliked haben oder nicht, aber trotzdem hat man so das Gefühl, es ist doch wichtig, wie es ankommt. Habe ich jetzt da 70 Likes oder habe ich 300 Likes? Ich glaube für viele spielt es eine richtig große Rolle, ich würde sagen für mich ist es medium, ob das jetzt 90 sind oder 120 – ist mir jetzt wurscht und ich will ja auch den Post für mich haben. Ich will, dass er in meinem Feed drin ist. Ich mache ja auch einen Teil davon für mich, aber trotzdem geht es auch darum, dass es außen ein bisschen mitbekommt – ist einfach so, schwingt halt mit. Aber zu negativen Kommentaren kann ich nicht viel sagen. Also ich hätte noch nie einen negativen Kommentar für mich persönlich wahrgenommen. Gut und die Posts kommentieren ja auch nur Leute, die du magst und das ist ja auch nur ein begrenzter Kreis, der dir folgt, mit denen du irgendeinen Berührungspunkt hast. Ich bin ja keine Person des öffentlichen Lebens. Aber ich glaub schon, dass, weil wir soziale Wesen sind, wir schon irgendwie nach Bestätigung suchen. Und man sich halt auch vielleicht dann irgendwo vergleicht. Also ich meine, ich würde jetzt nicht schauen, wie viele Likes hat die Person, wie viele habe ich und vergleiche das nicht. Aber trotzdem, man will ja auch schauen, was machen die anderen. Dann wollen die anderen schauen, was mache ich und ich glaube, es ist auch ein bisschen so ein Zeigen: Hey, da bin ich und das habe ich gemacht oder gesehen, weil ich mache das ja, bei anderen möchte ich das ja auch sehen. Das interessiert mich und das ist irgendwo Entertainment für mich, wenn ich solche Posts sehe. Gleichzeitig finde ich es cool, einfach so mitzubekommen, was tut sich bei der Person.

I: Gibt es denn bestimmte Dinge, die dich sonst weiter motivieren, dich ästhetisch und stilistisch auszudrücken und weiterzuentwickeln?

T4: Ich würde sagen was mich motiviert ist, wenn ich jetzt zum Beispiel, sagen wir in Skandinavien bin und Sachen sehe und weiß, die werden jetzt zu uns kommen und dann etwas zu kaufen und schon mit nach Österreich zu bringen. In der Annahme es wird bei uns modern. Das finde ich ist eine absolute Motivation.

I: Also habe ich das richtig verstanden, dass es dir schon wichtig ist, einer Trendströmung zu folgen und da dann irgendwie auch vorne mit dabei zu sein?

T4: Ja, genau.

I: Würdest du sagen, dass sich dein Stil im Laufe der Jahre dadurch verändert hat?

T4: Ja, ich glaube, Stil verändert sich das gesamte Leben. Wie die Trends gehen, was man cool findet, wo man mitziehen möchte. Wenn du jetzt vergleichst, wie ich mich mit 15 Jahren gekleidet habe – das ist nicht mehr dasselbe. Ich finde andere Sachen cool und ich entwickle mich weiter in meiner Lebensphase, aber auch in dem, was modern ist. Und ich glaube, das ist ein stetiges Ding, das wird sich nie ändern. Vielleicht in 20 Jahren trägt man wieder Sachen, die bei uns in 2010 moderner waren und die man jetzt nie tragen würde. Aber ich glaube, wir werden da von außen ganz, ganz stark beeinflusst.

I: Erinnerst du dich noch an Momente, wo sich etwas stark verändert hat oder was dich in dem Aspekt geprägt hat?

T4: Weite Hosen – das fand ich super. Also ich glaube, das war etwas, wo viele sehr, sehr zeitig aufgesprungen sind, auf den Trend. Aber ich glaube, es kommt halt noch voll darauf an, dass man sagt: hey, das schmeichelt meiner Figur. Ich fand skinny Hosen immer scheiße. Aber das man halt nicht hinterfragt, weil sie jeder anhatte. Und damals war ich einfach noch voll jung, ich hätte gar nichts anderes vergleichen können, denn das sind halt nur Sachen, die die Eltern dann gekauft haben, weil das der Stil war. Aber ich glaube, wenn einem die Figur gut gefällt, dann springt man sicher gleich zeitig darauf auf.

I: Ja, das ergibt Sinn. Würdest du denn sagen, dass du die Entwicklung deines eigenen Stils aktiv mitgestaltet hast? Oder hast du das Gefühl, dass sich das teilweise so passiv einfach entwickelt hat?

T4: Ich glaube auch teilweise passiv. Genau das Beispiel mit den Birkenstocks: das waren keine aktiven Entwicklungen, wo ich gesagt habe – wow finde ich geil, das will ich und das entspricht einem Trend. Sondern ich fand es am Anfang kritisch. Dann habe ich es immer öfters gesehen und dann dachte ich mir so: Naja warum nicht? Als nächstes bin ich dann selbst aktiv geworden. Das hat sich so angeschlichen. Da hat mich ganz klar der Trend gelenkt – das andauernde Sehen an anderen Menschen, die man dann als cool empfindet, bei denen man sich gerne einreihen würde.

I: Gut und würdest du sagen, dass du eher spontan entscheidest, was du machst oder wie du dich ausdrückst und stilistisch zeigst oder denkst du schon immer vorher irgendwo über deine Außenwirkung nach und konzipierst da reflektiert, was du machst, wie du dich anziehst, was du gern machen möchtest, ob das irgendwie in das Bild passt, was du sein möchtest?

T4: Ich glaube, es ist schon was Fließendes, aber sagen wir... Pilates zum Beispiel: Ich würde jetzt nicht in einer weiten Adidas Hose dorthin gehen. Das passt einfach nicht. Dann kauft man schon eher so die Range-Rover-Mom-Westen und Bootcut-Hosen und entspricht dem, weil man sich im Kurs und dieser Gruppe zugehörig fühlt und da hat man auch keinen Bock, da rauszustechen oder irgendwie schlechter gekleidet zu sein als die Anderen. Und ich meine, trotzdem muss es etwas sein, was man ansprechend findet, was man schön findet, weil sonst würde man es nicht kaufen. Wenn ich diese Sport Sets jetzt hässlich finden würde, dann würde ich sie ja auch nicht kaufen.

I: Also so ein Mix aus beidem?

T4: Ja, ich würde sagen, so ein Mix.

I: Würdest du sagen, dass deine eigene Ästhetik eher Ausdruck, Zugehörigkeit oder ein Spiel mit unterschiedlichen Dingen ist? Also ist sie eher gebunden an Zugehörigkeiten und ein Entsprechen oder kommt alles ganz frei aus dir heraus?

T4: Ersteres, auf jeden Fall. Sonst komme ich ja gar nicht auf die Idee, mich so zu kleiden.

I: Okay, spannend.

T4: Weil ich sehe ja auch in Shops – also wenn ich jetzt zum H&M gehe, dann sehe ich Sachen, die sind modern, die gerade eben Trends sind. Ich würde im H&M jetzt nicht finden –keine Ahnung, ein langes T-Shirt und darüber ein kurzes. Das würde ich momentan gar nicht finden, außer ich entschieße mich aktiv, das zu kombinieren. Aber das würde mir nicht vorgeschlagen werden vom H&M, weil es nicht aktuell modern ist. Da müsste ich mir ja aktiv Sachen raussuchen und zusammenstellen, damit ich den Stil absichtlich verändere und das tue ich nicht.

I: Also du orientierst dich schon an Trends, die gerade dir vorgeschlagen werden? Und Gruppen die damit irgendwie assoziiert werden?

T4: Voll und dann entscheide ich trotzdem – finde ich das cool, fühle ich mich dazugehörig und habe ich darauf Bock, mich so zu kleiden? Aber das gibt auf jeden Fall mal die Richtung vor. Oder auch einfach die Optionen, aus denen ich wählen kann, wo es für mich irgendwie einfach ist.

I: Würdest du selbst sagen, dass du einer Ästhetik entsprichst?

T4: Ich glaube man fühlt sich dem schon zugehörig, aber man ist es dann doch nicht komplett. Ich glaube, man adaptiert Sachen, man ist, aber es gibt nicht die Person, die eine Gruppe ist oder nur Clean Girl in dem Sinne. Ich glaube man hat da unterschiedliche Nuancen. Man ist sicher nicht nur die Gruppe, also das glaube ich nicht.

I: Okay, gut. Was willst du denn mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen? Für dich selbst oder gegenüber anderen?

T4: Dass ich mich wohlfühle. Also für mich ist es ein reines Wohlfühlen. Ich will mich damit identifizieren können und gute Assoziation haben und einfach ich sein, mit dem, was mir gerade gefällt.

I: Und gegenüber anderen, also in Gruppenformationen? Denkst du darüber nach oder eigentlich gar nicht?

T4: Was ich anziehe und wie ich mich gebe und so und welche Gruppe ich zugehörig bin, sicher. Auf jeden Fall! Ich glaube – ja, sicher: Ich überlege mir, was ich anziehe und natürlich spielt außen da eine Rolle, beziehungsweise ich glaube, es kommt auch voll auf die Gruppe an – ob ich mich mit jemandem treffe, der auch dieser Gruppe entspricht, wo ich mich zugehörig fühle oder ob das jetzt jemand ist der aus einer anderen Gruppe stammt. Das glaube ich spielt schon mit rein.

I: Passt du dich da an oder ist es dir dann einfach egal?

T4: Nein, ich passe mich schon eher an. Das würde ich auf jeden Fall sagen. Aber auch bewusst, weil man hat dann keinen Bock rauszustechen. Also ich nicht, weil es entspricht nicht meinem Charakter.

I: Das heißt, du möchtest einfach, dass es harmonisch ist?

T4: Ja, voll. Es soll kein krasser Kontrast sein. Also nicht zu krass.

I: Auch, wenn du sagst, dass du dich an dein Gegenüber anpasst, gibt es da bestimmte Werte oder Vibes, die du gern verkörpern möchtest. Etwas, wie du nach außen wirken möchtest?

T4: Ich glaube die Charakterzüge sind gleich, aber ich glaube, dass man sich schon versucht, gut zu präsentieren.

I: Aber was möchtest du konkret verkörpern?

T4: Naja, mich selbst. Also ich verstelle mich nicht so, damit ich einer Gruppe zugehörig bin, aber ich glaube trotzdem, dass man sich auch nur mit Leuten umgibt, die eine ähnliche Orientierung und Gruppenzugehörigkeit haben und deswegen braucht man sich auch nicht mehr verstellen. Aber sagen wir mal, man ist jetzt komplett bei einem Kreis, der ist komplett links und ich bin komplett Mitte zum Beispiel, dann würde man sicher versuchen, sich ein bisschen anzupassen, einfach ruhiger zu sein und nicht so krass rauszustechen.

I: Hast du trotzdem so Stichwörter im Kopf, wie du von außen gern wahrgenommen werden möchtest?

T4: Ja, clean, schlicht, vielfach kombinierbar, einfach, aber trotzdem im Hintergrund überlegt. Es wirkt nach außen nicht nach viel, aber trotzdem ist vielleicht im Hintergrund mehr Effort da – chillig, aber effortless schön. Ich würde sagen, das cleane entspricht meiner Persönlichkeit und meinem Charakter. Das repräsentiert mich einfach gut.

I: Hat sich die Motivation, warum du bestimmte Dinge auswählst über die Jahre verändert? Ist das heute anders als früher?

T4: Klar, zum Beispiel mit den Lebensphasen und der Pubertät: so – alle haben das, das brauche ich auch, weil das ist cool und das finden Boys gut. Ich meine, wenn du jetzt überlegst mit 14. Bei uns war das in Schule auch oft ein Thema, was es gut widerspiegelt: ich kann mir das leisten. Sagen wir Abercrombie, es gibt Abercrombie nicht in Österreich, alle haben das – boah das möchte das auch, weil das zeigt: cool, ich bin rumgekommen, ich war in einem Abercrombie-Store, wie geil. Und jetzt, wenn ich etwas von Abercrombie hätte, würde ich mir denken – okay, es ist halt Abercrombie, so what. Wenn ich es cool finde, dann finde ich es cool, aber ich definiere nicht darüber, was das bedeutet, weil ich könnte es online bestellt haben, ich könnte es einem Store bestellt haben. Das ist ja vollkommen wurscht: wenn es mir gefällt, dann ziehe ich es an. Ich habe das Gefühl, in den letzten fünf, sechs Jahren ist mein Stil eher gleichgeblieben. Ich habe echt noch viele Sachen im Kasten, die ich vor fünf, sechs Jahren hatte. Aber trotzdem entwickelt man sich irgendwo weiter vom Stil, das ist auf jeden Fall nicht ganz gleich.

I: Ja das war's schon. Danke, dass du dir Zeit genommen hast! Ich beende mal die Aufnahme.

T6 – Gorp Core – 04.08.

I: Wie ich schon ein bisschen geteasert habe, geht es um den Einfluss sozialer Medien auf unsere Lebenswelt und unseren ästhetischen Ausdruck, weil soziale Medien ja unsere visuellen Stile prägen, Trends prägen und auch Normen prägen und damit auch das, was wir als ästhetisch wahrnehmen. Das passiert eben bewusst und unterbewusst. Diese visuellen Muster entstehen durch komplexe Wechselwirkungen, durch aktive Partizipation der

NutzerInnen, wo wir selbst irgendwie auch involviert sind, aber eben selbst auch irgendwie Output des Ganzen sind. Und diese Muster, die wir rezipieren, beeinflussen eben auch unser Selbstbild und unsere Identitätsentwicklung. Und deswegen frage ich mich, warum wir eigentlich bestimmte Stile in unseren Alltag integrieren. Und das Ziel meiner Analyse soll eben sein, die Motivation hinter den Stilübernahmen zum Spannungsfeld zwischen dem digitalen Einfluss und der individuellen Identitätsbildung zu untersuchen. Und einen kleinen Disclaimer den ich immer irgendwie bringe: Es gibt kein Richtig oder Falsch. Du kannst einfach das sagen, was dir in den Kopf kommt – also wirklich einfach frei erzählen. Genau, und bevor wir beginnen, wäre es super, wenn du dich noch einmal mit Namen, Alter und Geschlecht vorstellst. Das ist nur für meine Aufzeichnung. Natürlich wird alles anonymisiert.

T6: Okay, ich bin XXX bin 25 und weiblich.

I: Super. Genau, es geht ja eben um soziale Medien und deswegen wäre es super, wenn du zu Beginn einmal erzählst, welche Plattform du nutzt.

T6: Also ich nutze Instagram, LinkedIn und BeReal, den Rest nicht. Also ich habe teilweise einen Account, aber ich würde nicht sagen, dass ich diese Plattform nutze.

I: Und wie häufig nutzt diese Plattform? Also in welchen Kontexten?

T6: Also BeReal nutze ich täglich. LinkedIn vielleicht so einmal die Woche und Instagram nutze ich sehr häufig. Also ich würde sagen, leider mindestens eine Stunde am Tag, glaube ich oder 45 Minuten.

I: Und dann eher morgens oder abends oder immer mal wieder zwischendurch?

T6: Immer mal wieder in den öffentlichen Verkehrsmitteln, irgendwie nach der Arbeit, wenn ich kurz chillen möchte und am Abend vorm Schlafen gehen, in der Früh beim Aufstehen gar nicht, also da versuche ich echt, dass ich mein Handy nicht benutze, und das gelingt mir auch sehr gut.

I: Und was bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T6: Was bringt mich dazu? Also ich glaube bei Instagram geht es viel darum, dass ich so nicht verpasse, was irgendwelche Leute tun. Schau mir einfach gerne irgendwelche süßen Reels an, von Katzen und Hunden, und schau mir irgendwelche Rezeptvideos an. Ich glaube, das bringt mich ein bisschen dazu und ich merke, dass ich bin ein bisschen abhängig davon bin. Also selbst wenn ich jetzt Instagram lösche und ich habe die App extra schon so auf der dritten Seite von meinem Smartphone, mache ich automatisch wenn ich mein Handy öffne diese drei Swipes auf die Seite, damit ich dann auf Instagram klicken könnte, aber da ist halt kein Insta – also das ist ein bisschen die Abhängigkeit. Ich denke mir am Ende dann schon, das hat mir eigentlich nicht unbedingt was gebracht, dass ich da Katzenvideos angeschaut habe.

I: Ja, verstehe ich. Zur besseren Einordnung habe ich nochmal Nutzungsmotive definiert, die werde ich dann auch nochmal ein bisschen ausführen und vielleicht kannst du für dich mal ranken, also was für dich an erster oder letzter Stelle steht an Wichtigkeit.

T6: Hmm, okay.

I: Und zwar, eins ist einmal Entertainment, also im Sinne von Entspannung Ablenkung und Zeitvertreib, dann Informationsbeschaffung, also die eigene Orientierung, alle Infos die man so braucht, um seine Umwelt zu verstehen, also zum Beispiel auch soziale Beobachtungen. Dann das Dritte wären identitäre Beweggründe, das heißt also das eigene Selbstkonzept, wie man sich selbst darstellt – selbst formt. Der letzte Aspekt wäre der soziale Aspekt, also Freundschaften und Zugehörigkeit.

T6: Also ich glaube, das würde ich auf die zwei packen. Informationsbeschaffung auf die eins, weil es mir da viel darum geht, dass ich schon mal so – ich habe jetzt nicht unbedingt super viele Promis denen ich folge, sondern ich folge eher so Personen, wo ich denke, deren Lebensstil ist irgendwie cool und das würde ich unter Informationsbeschaffung eher geben.

Entertainment. Ich glaube, das ist eher die Sucht die mich entertainend. Also ich glaube, das würde ich auf den letzten Punkt geben und diese Zugehörigkeit auf die drei.

I: Okay, alles klar. Und dann würde ich noch gerne wissen, welche Ästhetiken und Stile dir häufig begegnen, wenn du da so scrollst.

T6: Was meinst du genau damit?

I: Also wie sich die Leute stylen, geben und präsentieren in den Inhalten die du so konsumierst.

T6: Meine Freunde natürlich, die sind irgendwie unterschiedlich da, die sind teilweise so wie ich teilweise ein bisschen anders, aber ich würde sagen eher in meinem Stil und so bei den Promis oder eher Influencern denen ich folge, finde ich, die alle sehr so – die meisten von denen sind vegan, haben irgendwie, wenn sie ein Baby haben, dann haben die irgendwie so ein Baby, das sie so ganz naturbelassen erziehen. Oder sie machen irgendwie so Beziehungs- und Freundschafts-Content, der darauf halt irgendwie basiert, dass man so versucht, gut zu kommunizieren. Also so irgendwie, solchen Leuten folge ich und ich folge Leuten, die einfach so Koch-Content machen. Die schauen halt dann unterschiedlich aus. Entweder sie sind super tätowiert oder schauen irgendwie eh voll feminin aus. Also es ist unterschiedlich. Ich würde jetzt aber nicht sagen, ich folge irgendwelchen Supermodels oder ganz großen Popstars.

I: Gut, ich werde dir gleich zwei Moodboards schicken und dann kannst du dich einmal einordnen, wo du das Gefühl hast, das entspricht dir eher.

T6: Ja also an sich, glaube ich, fühle ich mich schon zu dem nicht Clean Girls, sondern zu dem anderen.

I: Würdest du dich da eher sehen?

T6: Also jetzt nicht unbedingt mit diesen Markenklamotten und keine Ahnung was und diesen Nike Turnschuhen.

I: Aber eher, wenn du dich für eins von beiden entscheiden müsstest, dann eher Nummer zwei [Gorp Core]?

T6: Ja, dann schon eher das andere. Also ich kann mir mit so super viel Make-up und... Gesichtsmasken so nicht so identifizieren, aber bei dem anderen kann ich mich identifizieren

so mit – wenn jemand sagt: trag dein teuerstes Outfit, dann ist das irgendwie meine Rennradklamotte. Und so wandern gehen, ja. Also ich glaube, ich falle schon eher in das.

I: Und was fasziniert dich an so einer Art von ästhetischem Ausdruck?

T6: Also ich bin halt sehr naturliebhabend. Vielleicht kann man... darunter passt das einfach irgendwie besser, dass man sich dann so kleidet, dass man für die Natur gut ausgerüstet ist. Ja. I don't know. Also ich habe einfach nicht so viel Lust auf so super viel Make-up. Ich kenne mich gar nicht so gut damit aus. Ich habe jetzt keinen Bock, dass ich mir die ganze Zeit einen Coffee-to-go irgendwo hole oder mir Gesichtsmasken draufgebe oder so. Also es ist eher so, dass ich das andere halt nicht mag und der Rest ist eher so...einfach gemütlicher finde glaub ich. Ich würde mich mit diesem, dass ich eher so Outdoor-Kleidung trage und so gemütliche Klamotten oder Sportklamotten bevorzuge – damit würde ich mich identifizieren.

I: Okay. Und wie sehr würdest du sagen, dass es deine Entscheidung ist, diesen Stil so zu leben und dich so auszudrücken?

T6: Es wird immer mehr meine Entscheidung. Ich bin lange davon beeinflusst gewesen, was andere tragen und dann denke ich mir, boah die Schuhe sind super cool, die brauche ich auch unbedingt, weil es gerade so viele haben. Mittlerweile denke ich schon, dass ich natürlich auch Trends verfolge, aber dass ich mir dann schon denke – okay, mir gefällt das wirklich als Person. Ich würde also sagen, zum Großteil ist es meine Entscheidung. Ich bin auch immer eine Person, die auch andere Personen fragt, wenn sie irgendwas kauft. Und dann hängt es natürlich auch von einer anderen Person irgendwie ab oder von einer Außenmeinung. Also so schwimmend in einem Kontext, mehr oder weniger.

I: Ja. Okay. Und gab es vielleicht auch Momente, wo du gemerkt hast, dass du dich von außen hast beeinflussen lassen? Oder wo du irgendwie so einen gewissen Druck irgendwie gespürt hast?

T6: Schon eigentlich. Also ich finde das ist schon immer ein bisschen... also generell die Ästhetik vom Körper, die man nicht nur so auf Klamotten bezogen, sondern dass man sie natürlich irgendwie von außen beeinflussen lässt und man sich denkt, boah, ich wäre auch gern so wie die andere Person oder jetzt ist es super im Trend, jetzt ist es super im Trend, dass

man super skinny ist und, keine Ahnung, so ist Heroin-Chic oder wie man das nennt. Und ich habe schon das Gefühl, in den Fall falle ich auch so ein bisschen. Also ich denke mir schon so, boah, das ist schon irgendwie chic oder cool halt. Also ich glaube, es ist nie irgendwie das eigene Ding genau, wie man sie anzieht und so. Ich bin auch schon von außen beeinflusst, leider.

I: Und kannst du dir vorstellen, woher diese Beeinflussung kommt? Dass man sich denkt, oh, das ist jetzt schon irgendwie schick.

T6: Das kommt nur von Insta bei mir. Also, weil in meinem Freundeskreis oder auch wenn ich so auf der Straße die Leute sehe, sind ja die Leute auf der Straße jetzt nicht unbedingt...auf einmal viel, viel skinnier oder ja, zum Beispiel vor so ein paar Monaten habe ich mir unbedingt gedacht, ich brauche Botox in meiner Stirn da.

I: Was?

T6: Ja, wirklich. Also ich habe das wirklich gedacht, ich brauche das dort zwischen die Stirnfalten. Ich habe mir schon super erkundigt wo man das machen lassen kann in Wien. Und das ist hundertprozentig nur von Insta gekommen, weil da halt alle so richtig diese Glass-Skin haben und so pretty sind einfach. Und in meinem Freundeskreis hat noch nie jemand zu mir gesagt, dass meine Stirn faltig ist, oder niemand hat mir bisher erzählt, dass er hat Botox benutzt, in unserem Alter. Das kommt halt hundertprozentig von Insta. Das ist mir dann aufgefallen, dass ich so super viele Videos angezeigt bekommen habe, wo jemand von seiner Botox Behandlung spricht. Ja und das ist eigentlich was, was ich nicht unbedingt unterstütze, also da passt ja eher in dieses Outdoor-Natur-Girlie, wo ich mir schon eher denke, es muss jetzt nicht unbedingt sein, dass man sich unterspritzt.

I: Voll. Verstehe ich. Gibt es etwas an deinem ästhetischen Ausdruck, wo du das Gefühl hast, das kannst du besonders gut? Oder das gibt dir so ein bisschen ein Gefühl von Kontrolle?

T6: So was besonders gut ausschaut in dem, was ich mache oder so?

I: Ja oder wo du das Gefühl hast, boah, ich gestalte meinen Stil so und das kann ich einfach auch besonders gut, so wie ich mich ausdrücke oder die Dinge, die ich damit in Verbindung

bringe oder die Aktivitäten, die in dem Zuge irgendwie auch dazugehören – das kann ich besonders gut und deswegen halte ich das zusammen und das kann ich alles gut. Das habe ich unter Kontrolle.

T6: Also ich kann ganz schlecht so kurze Kleider und kurze Röcke tragen. Also ich kann gut so bodenlange Kleider und bodenlange Röcke tragen, da fühle ich mich sehr wohl darin. Ich kann auch gut so Tanktops tragen. Wie heißt das denn, Tanktops? So Baby-T-Shirts. Eh so wie das, was ich trage, eigentlich. Ah ja, ja. Ich kann aber sehr schlecht so irgendwie so T-Shirts tragen, die so... Das ist fix voll die falsche Antwort auf deine Frage.

I: Es geht auch nicht drum, was du gut tragen kannst, sondern mehr so das Gefühl, was damit einhergeht.

T6: Ach so. Die Fragen kann ich nicht beantworten.

I: Okay, warte mal, ich habe noch ein paar vertiefende Fragen dazu. Wenn du jetzt sagst, nee, da fällt dir jetzt nichts zu ein, würdest du sagen, dass es die Elemente deines ästhetischen Ausdrucks Dinge sind, die du aktiv selbst gestaltest oder die du einfach so konsumierst? Also die Dinge, wie du dich kleidest, was du gern trinkst, machst – dass du da aktiv drüber nachdenkst und denkst, boah ja, so möchte ich sein, das möchte ich machen oder passiert das einfach irgendwie so mit dir – das konsumierst du einfach?

T6: Nein ich denke schon eher, so möchte ich sein, das möchte ich machen.

I: Und gibt es auch so Momente, wo du das Gefühl hast, dass du dich einfach sicher in dem fühlst, was du tust und wie du dich ausdrückst, ohne dass das zwingend irgendwie was mit einem bestimmten Skill zu tun hat?

T6: Ich glaube, dass passiert bei mir total unterbewusst. Ich überlege schon, wie ich mein Leben gestalten möchte, aber ich glaube, es kommt vieles so automatisch, dass ich mir eh bewusst bin, wie ich Sachen machen möchte, ohne dass ich aktiv darüber nachdenke. Deswegen ist es auch schwierig, diese Fragen zu beantworten, weil man dann sich denkt: ja mache ich halt einfach. Oder ist halt einfach so. Wahrscheinlich. Ja.

I: Hast du dich durch deinen Stil oder wie du dein Leben gestaltetest durch andere besonders verstanden gefühlt oder dich vielleicht auch durch Menschen, die einen ähnlichen Ausdruck haben, in einen größeren sozialen Kontext eingebunden gefühlt?

T6: Ja, schon.

I: Hast du da Beispiele, woran du das festmachst oder wann du das fühlst?

T6: Ich denke, ich fühle mich in meinem Freundeskreis unter anderem wohl, weil die einfach sehr ähnlich sind in dem Bereich auch und man sich dann auch gut austauschen kann und nicht irgendwie sehr viel Unterschied besteht in dem, wie man sie gibt und was man so für Ziele verfolgt. Ja. Und ich denke, ja. Manchmal bin ich ja so ein bisschen – nicht eingeschüchtert aber schon ein bisschen eingeschüchtert von so Personen, die so ganz anders sind wie ich. Da merke ich schon, dass man dann überlegt: Wie kommt man jetzt an?

I: Und würdest du sagen, dass dein Stil – auch dieses, worüber wir gesprochen haben, mit dem outdoorsy Lifestyle und ‚Ich möchte, dass es irgendwie praktisch ist, aber trotzdem schön aussieht‘ – dass das Teil deines Selbstbildes geworden ist oder dass das einfach eine Phase ist, in der du dich gerade befindest?

T6: Nein ich glaube, ich bin schon so. Und es ist nicht nur eine Phase. Das hat sich einfach so entwickelt.

I: Und glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes getan hätte?

T6: Ich glaube, man braucht immer Stimulation von außen. Also zum gewissen Grad braucht man ja immer Stimulation, weil sonst wüsste ich ja gar nicht, dass diese Sachen existieren und dass man so sein kann. Vor allem, wenn man so von seinen Eltern ein bisschen anders geprägt ist, dann ist ja das irgendwie das Einzige, was man so vielleicht kennt. Und dann braucht man schon Stimulation von außen, dass man halt einfach weiß, okay, es gibt auch noch andere Wege, wie man sich irgendwie selbst verorten kann. Ja, also ich glaube nicht. Wenn es keine Stimulation von außen gibt, wäre wahrscheinlich nichts da, woran man irgendwie anknüpfen kann.

I: Verstehe, ja. Und gibt es Unterschiede zwischen dem, was du so online zeigst oder wie du dich online verhältst in deinem Insta-Universum und dem, was offline der Realität entspricht?

T6: Ich poste nicht ultraviel, das heißt, man könnte jetzt da irgendwie nicht so einen großen Unterschied sehen. Ich glaube, es entspricht eigentlich schon dem, wie ich bin. Oder die Leute, denen ich folge, entsprechen eigentlich dem, was ich so im echten Leben vertrete. Ja. Und mit womit ich mich so identifiziere.

I: Gut. Und inwiefern würdest du sagen, dass du die Gestaltung deines Lebensstils, der ja von Stimulationen irgendwo geprägt wird, das beeinflusst, was du so an Interessen hast und welche Aktivitäten du gern machst, also auch mit Freunden und so?

T6: Das beeinflusst es schon sehr, nicht sehr stark, aber schon. Also wenn man irgendwie sieht, dass andere Leute so – erst so im Frühling oder so war das, dass wieder super viele so Rennradaccounts mir ausgespielt wurden, und dann habe ich das Gefühl, boah, ich muss jetzt auch super viel Rennrad fahren und dann schaue ich schon nach Trikots und so. Also nach so T-Shirts eben zum Rennradfahren. Oder wenn jemand mit seinen Freunden beim Paint & Sip war oder so oder mir das einfach nur ausgespielt wird, dann denkt man so ja, das war da was, was ich machen möchte. Also ich lasse mich da schon von beeinflussen.

I: Denkst du dabei dann aktiv darüber nach, boah, das passt jetzt so in die Vibes die ich fahre?

T6: Nein haha gar nicht.

I: Okay. Sind dir bei der Gestaltung deines Lebensstils die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde wichtig – auf das, was du machst, wie du dich kleidest wie du dich gibst, oder ist das dir eigentlich egal?

T6: Ja schon – sehr eigentlich. Also ein gutes Beispiel ist jetzt mein Zahnsteinchen, das ich jetzt seit einer Woche habe oder so.

I: Ah, das habe ich noch gar nicht gesehen.

T6: Ja, ich glaube, so sieht man es auch nicht. Ich finde das mega, mega cool, aber es hat ein bisschen gedauert, dass ich mir getraut habe, dass ich das mache, weil mir schon auch wichtig ist, was sagen die anderen.

I: Ist dir das dann nur in deinem wirklich engen Freundeskreis wichtig, wo dir die Menschen wichtig sind, oder ist die Bedeutung auch weiter für dich wichtig, also im Bekanntenkreis oder bei Fremden?

T6: Also bei Fremden, ist mir das nicht wichtig. So Bekanntenkreis finde ich schon noch wichtig, Eltern finde ich wichtig, aber bei Eltern denke ich mir eher so, ja denen muss das jetzt nicht gefallen irgendwie, so wie im Freundeskreis. Also von meinen Freunden hätte ich schon gerne, dass denen das gefällt, irgendwie, aber von Eltern, das ist nun mal finde ich so ein bisschen was anderes. Ja, das sind einfach eine andere Generation auch.

I: Und wenn du jetzt etwas in der digitalen Welt von dir zeigst, spielen für dich da Likes, Views und Reaktionen eine Rolle oder machst du das einfach für dich zum Festhalten?

T6: Also ich schalte diese Likes aus, weil es mich zu sehr beeinflusst hat, als man das noch nicht ausschalten können. Aber wenn ich jetzt nicht ultra viele Likes kriege, also es geht jetzt nicht um tausende Likes, die ich da generiere, aber ich schalte das eben schon bewusst aus, damit ich das nicht sehe und es dann niemand anderes sieht.

I: Ja, verstehe.

T6: Aber was ich schon sagen muss, auf Insta verfolge ich schon eine gewisse Ästhetik mit meinen Fotos, weil ich die immer mit meiner Analogkamera oder ausnahmslos eigentlich fasse. Es gibt ein paar Fälle, wo ich es nicht analog fotografiere, aber da würde ich schon sagen, da fahre ich ein bisschen Ästhetik, die ich so bewusst verfolge.

I: Das passt eigentlich auch ein bisschen zur nächsten Frage. Gibt es bestimmte Dinge, die dich motivieren, dich ästhetisch stilistisch auszudrücken und weiterzuentwickeln, eben auch im Online-Kontext aber auch offline?

T6: Also online finde ich schon diese analoge Fotografie, die das irgendwie beeinflusst. Obwohl ich immer denke, ich möchte, dass die halt immer irgendwie schöner werden oder für mich ist es kritischer. Und offline denke ich, bin ich zum Großteil eigentlich zufrieden.

I: Gibt es keinen Faktor wo du dir dann manchmal denkst, das möchte ich jetzt auch?

T6: Ja es gibt schon immer wieder. Also ich ver falle schon manchmal an Trends. So wie diese Ölentasche, die es jetzt überall gibt, die so poofy sind. Ja, dem ver falle ich schon.

I: Kannst du dir erklären, warum?

T6: Ich habe schon das Gefühl, dass es eher etwas Lässiges ist, was in meinen Stil passen könnte. Diesen komischen Puppen, diese Labubus, dem ver falle ich nicht, also, ja, es gibt sicher immer etwas, was man zu Offline verbessern möchte oder ändern möchte. Wenn man irgendwas sieht, wo man das Gefühl hat, das passt jetzt irgendwie.

I: Zu dem, was man eh schon so hat und so, oder?

T6: Ja, aber ohne, dass ich das jetzt bewusst mache, weil das zu meiner Ästhetik passt.

I: Weil einem das einfach irgendwie gefällt.

T6: Ja, genau.

I: Und würdest du sagen, dass die Punkte, die du bisher so genannt hast, dazu geführt haben, dass sich dein Stil über die Zeit verändert hat? Würdest du sagen, dass sich das einfach so ergeben hat oder schon drastischer entwickelt hat?

T6: Schon aktiv, mit dem, was ich konsumiere. Vor allem so, dass ich zum Beispiel nicht mehr wirklich Fast Fashion kaufe. Das ist schon von online getrieben zum Großteil. Natürlich kaufe ich noch Sachen und da bin ja nicht ganz gewandelt worden, aber so zum Großteil schon eigentlich und ich glaube schon, dass mich das schon geprägt hat. Es hat sich nicht einfach so, so entwickelt, sondern so schrittweise irgendwie durch bestimmte Einflüsse, dass man sich in die Richtung entwickelt hat. Ja.

I: Das heißt, du würdest auch sagen, du hast die Entwicklung deines Stils aktiv mitgestaltet?

T6: Ja.

I: Kannst du dir auch vorstellen, was dich hier vielleicht so unterbewusst mit beeinflusst hat?

T6: Unterbewusst wird man sicher beeinflusst, so wie wenn jeder jetzt statt Skinny Jeans irgendwie weitere Jeans trägt und ich auch jetzt weitere Jeans eher trage, finde ich das schon irgendwie persönlich schöner, auch an mir, aber das hat mich sicher geprägt, dass super viele andere das jetzt nicht mehr tragen.

I: Und würdest du eher sagen, du entscheidest spontan, was du machst und wie du dich ausdrückst und stilistisch zeigst? Oder ist das eher auch so eine konzipierte, strukturierte, reflektierte Handlung, wie du dich geben möchtest, wie du sein willst, dass du das irgendwie eher konzipierst auch?

T6: Nein, nicht konzipiert. Schon durchdacht, aber nicht konzipiert.

I: Okay, also du denkst drüber nach, aber es passiert dann auch irgendwie einfach so.

T6: Genau.

I: Und ist deine Ästhetik für dich eher Ausdruck und Zugehörigkeit, also dass du merkst du möchtest dich auch in so einem bestimmten Pool bewegen oder einfach so ein Resultat der Inspiration deiner eigenen Interessen, dass du das irgendwie so zusammen puzzelst und das zu deinem eigenen machst?

T6: Ich glaube eher ein Resultat, zum Großteil. Ich glaube, man möchte natürlich ja eher dann der Gruppe irgendwie zugehören, aber es ist schon das Resultat eher.

I: Okay. Und würdest du sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T6: Nein.

I: Okay und was möchtest du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen? Für dich selbst oder gegenüber anderen?

T6: Also ich hätte schon gerne, dass ich mich wohlfühle, dass ich denke: ich bin schön in dem, was ich heute an habe. Und ich möchte auch, dass es andere sind. Also ich bin jetzt nicht so eine Person, die einfach – also eine Freundin von mir die zieht jeden Tag einfach irgendwas an und es schaut halt meiner Meinung nach – es passt zu ihr, aber es schaut jetzt nicht gut aus. Also sie macht einfach irgendwas und wenn die Hose grün ist und das Leiberl rot, dann zieht sie es auch gemeinsam an, weil sie das jetzt anziehen möchte. Also so bin ich nicht. Ich achte schon darauf, dass ich das Gefühl habe ich finde schön, was ich anziehe – auf mein Gesamtbild. Ich habe ja gemachte Nägel, also es ist jetzt nicht so – weißt du, wie ich meine – also sie ist halt einfach random und ich möchte schon, dass mich andere als schön wahrnehmen, ob sie jetzt den Kleidungsstil mögen oder nicht, das ist eh was anderes, aber...

I: Das ist ja die eigene Entscheidung.

T6: Ja.

I: Und gibt's da bestimmte Werte oder Vibes die du gern verkörpern möchtest?

T6: Nein, das ist jetzt nicht so, wie bei Emos oder so, die sich dann halt auch wirklich so nennen.

I: Gut, die nächste Frage übrigst sich. Es wäre noch gewesen, was bringt dich dazu, diese Dinge verkörpern zu wollen? Aber willst einfach du selbst sein, machst das, worauf du Lust hast.

T6: Ja, genau.

I: Super und hast du das Gefühl, dass sich deine Motivation, deinen Lebensstil zu gestalten im Laufe der Zeit verändert hat?

T6: Ja, das hat sich verändert.

I: Inwiefern?

T6: Also ich war früher sicher sehr viel abhängiger so davon, was andere gemacht haben. Weniger, dass ich das gemacht habe, was ich möchte oder was mir irgendwie gefällt. Ich weiß nicht, ob das dazu passt, aber mit Fast Fashion muss man sich die Meinung erst bilden und checken: will ich das? Auch wenn man eher Outdoor-Klamotten anziehen möchte, muss man erst mal verstehen, möchte ich eher draußen meine Zeit verbringen oder eher mit anderen Sachen?

I: Ja, einfach ein bisschen Reflektionsarbeit leisten.

T6: Ja genau.

I: Okay, das war es das eigentlich auch schon. Hast du noch Gedanken zu dem Thema, wo du dir denkst, das haben wir noch nicht besprochen oder das passt irgendwie dazu, was du noch sagen möchtest?

T6: Glaube nicht.

I: Dann haben wir es geschafft. Dann beende ich hier mal die Aufnahme.

T9 – Gorp Core – 07.08.

I: Ich würde zu Beginn noch einmal einordnen, worum es tatsächlich geht, damit du so ein bisschen ein Bild hast. Also, mein Thema dreht sich darum, dass soziale Medien eben Einfluss auf unsere Lebenswelt und unseren ästhetischen Ausdruck haben und dass, was wir auf den sozialen Medien sehen, eben auch unsere visuellen Stile und Trends prägt, die wir wahrnehmen und auch die Normen, die uns bewusst oder unterbewusst prägen können. Diese visuellen Muster, die wir auf sozialen Medien sehen, entstehen durch komplexe Wechselwirkungen dadurch, dass wir eben auch aktiv daran partizipieren. Und diese Muster, die wir selbst mitbilden, die wir aber eben gleichzeitig rezipieren, beeinflussen dann irgendwo unser Selbstbild und unsere Identitätsbildung. Und deswegen frage ich mich, warum wir

bestimmte Stile in unseren Alltag übernehmen. Mein Ziel ist dabei, die Motivation dieser Übernahmen in dem Spannungsfeld zwischen dem, was wir digital sehen und wie wir uns selbst wahrnehmen, zu untersuchen. Noch ein kleiner Disclaimer vorweg: es geht einfach nur um deine Meinung, es gibt kein Richtig und kein Falsch. Es interessiert mich einfach nur, was dir so in den Kopf kommt. Zu Beginn, wäre es nochmal super, wenn du dich nochmal mit Namen, Alter und Geschlecht vorstellst.

T9: Okay, hallo, ich bin XX. Ich bin 22 Jahre alt und bin männlich.

I: Super. Genau, und es geht ja heute um soziale Medien und deswegen wäre es super, wenn du einmal zu Beginn sagen könntest, welche Plattform du nutzt.

T9: Eigentlich nur Instagram, TikTok, ein bisschen Snapchat immer noch.

I: Okay, und wie häufig nutzt du diese Plattformen? Also auch zu welchen Tageszeiten in welchen Kontexten passiert das so?

T9: Also alles täglich auf jeden Fall. Und alles eher abends oder mal zwischendrin in der Bahn oder so, aber eher in Ruhe eher abends.

I: Und was würdest du sagen, bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T9: Einerseits Instagram ist für mich auch so ein bisschen eine Informationsquelle – da viel halt so Nachrichten irgendwie auch, und sonst halt ja Unterhaltung und Langeweile eigentlich.

I: Okay, ich habe das noch mal ein bisschen aufgeschlüsselt nach verschiedenen Nutzungsmotiven. Die hast du jetzt teilweise auch schon genannt. Ich werde die gleich nochmal aufzählen und vielleicht kannst du die ranken, was für dich an erster Stelle steht und was für dich an letzter Stelle steht und einfach dazu noch sagen, was dir dazu einfällt, wenn dir etwas in den Kopf kommt. Die Nutzungsmotive wären Entertainment, also eben im Sinne von Entspannung und Ablenkung, dann Informationsbeschaffung und das nicht nur im Sinne von so Nachrichten wie Tagesschau oder so, sondern auch alles, was du so brauchst, um deine Welt so einzuordnen und zu verstehen. Dann die identitären Beweggründe, also was du so für

dein Selbstkonzept brauchst oder auch Selbstdarstellung. Und dann zuletzt der Sozialaspekt, also Kommunikation mit Freunden, Zugehörigkeiten, sowas.

T9: Also ich würde nur die letzten beiden in der Reihenfolge tauschen und ansonsten in der Reihenfolge, so wie du es gesagt hast ranken: also Unterhaltung eins, Information auf zwei, dann soziale Dazugehörigkeit als Nummer drei und dann das Selbstbild auf vier.

I: Okay. Und zum Einstieg würde ich auch noch gerne wissen, welche Ästhetiken und Stile dir häufig begegnen, wenn du zum Beispiel auf Instagram oder TikTok unterwegs bist, was siehst du da häufig?

T9: Welche Stile? So, ästhetische Stile.

I: Ja. Stile im Sinne von, wie man seinen Lebensstil gestaltet, was man an Aktivitäten macht, wie man sich anzieht, wie man sich einrichtet – was siehst du da viel?

T9: Ja, dann so Lifestyle und Ernährungsstile habe ich eher, würde ich sagen. Auch so ein bisschen Einrichtungsstile. Mode auch so ein bisschen.

I: In welche Richtung gehen die?

T9: Was für Modestile? So ein bisschen, ich weiß gar nicht, wie ich das umschreiben soll. Eigentlich ist es wahrscheinlich nur so trendige Mode. Aber es sind immer irgendwelche Männer mit irgendwelchen coolen Schuhen eigentlich, draußen unterwegs, wo ich mir denke, okay, ja, sieht gut aus – nehme ich als Inspiration.

I: Ich habe dazu passend ein Moodboard, dass ich dir mal schicken werde. Und da kannst du sagen, ob du dich damit identifizierst oder Teile davon wiederer kennst oder nicht.

T9: So ein bisschen dieses North Face links da und die Ästhetik da, mit den Regenjacken da links daneben ist auch ganz cool und die Cargo-Hosen auch. Doch, in Teilen, sehe ich mich da wieder.

I: Was fasziniert dich an diesem Stil? Was findest du cool daran?

T9: Warum ich den Stil cool finde? Das finde ich superschwierig zu umschreiben. Ich finde es, es sieht halt irgendwie einfach gut aus und es hat für mich so eine, ja wahrscheinlich einfach subjektiv ein gutes Aussehen. Das sehen wahrscheinlich dann Leute auch anders, aber ich weiß gar nicht, woran ich bewerte, dass ich irgendwelche Sachen gutaussehend finde oder nicht. Es ist wahrscheinlich einfach – ich sehe es und denke mir, ja gut, ja sieht gut aus oder halt nicht, also mir würden jetzt keine Bewertungskriterien einfallen, nach denen ich das bewerten kann.

I: Hat das eine bestimmte Wirkung oder Ausstrahlung, die dich vielleicht anspricht?

T9: Ja, vielleicht die weiten Hosen. Es ist ja eigentlich alles so ein bisschen lockerer. Das finde ich gut. Ich meine, mit so bestimmten Schuhen und mit den weiten Hosen ist auch immer gut, mal was anderes zu machen als – sondern ich bin immer froh, wenn ich nicht aussehe wie so ein BWL-Justus, das ist mir eigentlich auch immer wichtig. Und wenn man mit Baggy-Hosen rumläuft und keine Polo-Shirts trägt, ist man immer gut dabei. Aber sonst...

I: Und wenn du dich jetzt so selbst stylst und deinen Stil wählst, wie du eben schon meintest: nicht der typische BWL-Justus und so, wie sehr würdest du sagen, dass das wirklich deine Entscheidung ist, das so zu tun?

T9: Ich glaube schon, ich werde da ordentlich beeinflusst von Social Media, aber auch von anderen äußeren Aspekten wie meiner Freundin zum Beispiel, die dann auch immer noch wichtig ist, was ihre Meinung dazu ist, aber es ist theoretisch ja meine Entscheidung, aber ich glaube, ich werde das schon ziemlich beeinflusst von dem, was mir auch auf Social Media gezeigt wird.

I: Okay. Und gab es vielleicht da auch Momente, wo du gemerkt hast, dass du dich beeinflussen lassen hast von außen oder wo du vielleicht auch so eine Art Druck gespürt hast?

T9: Druck jetzt nicht, aber, ich wurde auf jeden Fall schon beeinflusst, wenn ich irgendwas gesehen habe und es dann halt sofort gekauft habe, aber jetzt keinen Druck im Sinne von, okay, ich sehe hier gerade, jeder trägt das, jetzt brauche ich das auch unbedingt – ja, das nicht.

I: Das heißt, es ist mehr eine selbstbestimmte Beeinflussung von außen, weil du sagst, das findest du halt gut.

T9: Ja, genau.

I: Gibt es etwas an der Ästhetik, die du selbst wählst wo du das Gefühl hast, das kannst du besonders gut? Oder das gibt dir so ein Gefühl von Kontrolle, weil du weißt, das liegt dir eh?

T9: Wobei?

I: Das ist eine relativ schwierige Frage, aber, jeder wählt ja irgendwie so seinen eigenen Stil und gibt dabei etwas, wo du das Gefühl hast, dass du das einfach besonders gut kannst und das dir das entspricht, sodass du eine Form von Kontrolle dabei empfindest?

T9: Nee, ich glaube nicht. Ich glaube, so viele Gedanken über meinen Stil habe ich mir ja noch nicht gemacht. Ich würde sagen, mein Stil findet sich auch immer mal wieder neu. Und ja, nee, also irgendwas würde mir jetzt nichts einfallen, was ich besonders gut mit meinem Stil kann.

I: Okay. Zum Beispiel auch so, weiß nicht, in Richtung Sport kann das ja auch gehen, wo man sagt, es gibt Menschen, die – das ist ein sehr plakatives Beispiel jetzt, aber, die sehr gerne Fußball spielen, die dann sagen, ich rocke auch in meiner Freizeit mein Fußballtrikot, weil das bin ich ja einfach. Oder weiß nicht, Leute, die blond sind und vielleicht eher einem skandinavischen Look entsprechen, dass sie dann sagen, ja, das so sehe ich aus, das liegt mir, das verfolge ich weiter.

T9: Ja, das vielleicht so ein bisschen. Da würde ich so ein bisschen mitgehen.

I: Und wie sehr, würdest du sagen, dass die Elemente deiner Ästhetik etwas sind, was du selbst aktiv gestaltetest oder was sich einfach so ergibt oder was du halt einfach so konsumierst?

T9: Ich glaube, es ergibt sich eher so. Also manchmal gucke ich auch aktiv, wenn ich jetzt weiß, ich möchte ein bestimmtes Paar Schuhe, dann gucke ich auch aktiv nach Videos und

dann werden mir auch mehr Videos davon gezeigt, halt durch irgendwelche Algorithmen. Aber meistens ist es eher, dass ich es einfach ganz normal für die Unterhaltung Social Media nutze und dann kommt es einfach so. Dann wird was angeregt und dadurch kommt dann die tiefergehende Recherche.

I: Okay, und hast du dich durch deinen stilistischen Ausdruck durch andere besonders verstanden gefühlt, die vielleicht einen ähnlichen Ausdruck haben?

T9: Ja, ich glaube, also ich glaube in meinem Umfeld ist das bei vielen auf jeden Fall so. Genau, also ich fühle mich da jetzt nicht so, als ob ich der Einzige wäre, dem das so geht, ja.

I: Okay, also schon so eine Art Eingebundenheit in einem größeren sozialen Kontext dadurch?

T9: Ja.

I: Und würdest du sagen, dass so die Art und Weise, wie du dich ausdrückst, Teil deines Selbstbildes geworden ist oder ist das einfach so eine Phase, wo du gerade sagst, so möchte ich mich halt gerade geben, aber du weißt nicht, ob du das wirklich so ganz bist?

T9: Ich glaube, so langsam habe ich es schon gefunden irgendwie. Ja, also, ich glaube, so viel kann man halt nicht genau, also weiß ich jetzt nicht, ob das wirklich stimmt, aber ich glaube, dass ich das so ein bisschen gefunden habe jetzt, den Stil und das jetzt so ein bisschen auch mit mir dann verbinde, ja.

I: Und glaubst du, du hättest dich in dieselbe Richtung orientiert, wenn es niemand anderes getan hätte?

T9: Ich glaube nicht. Ich glaube, die Referenzbilder und zu sehen, wie gut das bei anderen Leuten aussieht, hilft mir sehr und dann kann ich mir vorstellen, okay, so cool will ich auch aussehen.

I: Okay, verstehe ich. Gibt es Unterschiede zwischen dem, was du so online zeigst oder was du vielleicht auch anderen schickst, also dein Verhalten online und dem, was offline in der Realität entspricht? Ist da eine Diskrepanz?

T9: Also, ich poste nicht so viel. Ich glaube, das letzte Mal war 2023 oder so. Ja, und auf Instagram ist dann natürlich immer das Schönste gepostet und in Realität sieht es natürlich nicht immer ganz so schön aus. Aber, also jetzt, wenn ich in die Stadt gehe, versuche ich schon ‚Instagramable‘ nenne ich das jetzt mal auszusehen. Aber im privaten Umfeld beim Einkaufen hat, das glaube ich wenig zu tun mit dem, was man auf Instagram von mir sieht.

I: Ganz normaler Umgang damit, mehr oder weniger.

T9: Ja.

I: Okay. Und würdest du sagen, dass das Gefallen an den Ästhetiken, die du konsumierst vielleicht auch beeinflusst, wie du deine Freizeit so gestaltest? Also, dass du was cool findest, wo du sagst, wenn ich mit meinen coolen neuen Schuhen jetzt Kaffee trinken gehe, fühle ich das einfach mehr, als was anderes zu machen?

T9: Ja, bei so Sportästhetiken habe ich auch viel. Das motiviert mich dann auch schon, laufen zu gehen. Und dann geht plötzlich viel Zeit für Laufen drauf plötzlich, weil ja Laufästhetik sieht irgendwie schön aus. Es wirkt cool irgendwie, auch wenn ich mich nach außen gar nicht irgendwie dahin darstelle. Also es weiß niemand, dass ich laufen gehe, aber ja, schon, also in dem Sportkontext auf jeden Fall. Ja, mit dem Kaffee trinken vielleicht auch so ein bisschen, ja.

I: Noch was anderes mit Freunden oder ist das eher sowas, was du für dich dann machst?

T9: Eher für mich, würde ich sagen.

I: Und sind dir die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde auf die Gestaltung deines Lebens wichtig? Was macht da Bestätigung, vielleicht auch negative Kommentare – was macht das mit dir?

T9: Ja, Bestätigung ist schon schön. Wenn man ein Outfit stolz präsentiert und dann positive Resonanz kommt – ja ich denke, das freut einen eigentlich immer. Aber, das ist, glaube ich, nicht der Hauptgrund, weswegen ich mich dafür entscheide. Obwohl, ja nee, ich will schon, dass es auch anderen Leuten gefällt, aber ich kann auch verstehen, wenn das halt nicht der Stil von anderen Leuten ist, dass die das dann nicht so gut finden, aber ja.

I: Das heißt, es ist dir jetzt auch nicht weltbewegend, wenn dir jemand sagt – nein, fühle ich gar nicht.

T9: Nee, dann würde ich mir sagen, ja, okay. Guck deine Klamotten an, du hast es halt nicht so drauf.

I: Okay, zurückschießen. Und wenn wir jetzt im Online-Kontext bleiben, was machen für Reaktionen auf Dinge, die du teilst, mit dir?

T9: Ich weiß nicht, ich poste ja eigentlich nichts mehr so wirklich und ich glaube auch genau aus dem Gedanken, ob ich das eigentlich für mich mache, weil ich das schön finde oder will ich eigentlich nur irgendwie Bestätigung von den Anderen. Ich glaube es ist eher die Bestätigung von anderen, also wie viele Likes, das irgendwie bekommt, freut einen irgendwie schon, auch wenn ich jetzt nicht irgendwie öffentlich bin bei Instagram und ja nie so die Reichweite bekommen würde. Das sehen ja dann eh nur meine Follower, aber ich glaube ich mache es schon eher für die anderen als für mich selbst oder halt um Mich selbst dadurch besser zu fühlen, um es den anderen irgendwie unter die Nase zu reiben, wo man schön im Urlaub war oder so. Also auch normales Instagram-Verhalten, würde ich eigentlich sagen.

I: Gibt es denn bestimmte Dinge, die dich irgendwie motivieren, so deinen Stil weiterzuentwickeln oder dich stilistisch auszudrücken, im Online- und Offline-Kontext?

T9: Die mich motivieren?

I: Wo du sagst, wie du meinstest mit der Laufästhetik zum Beispiel oder den Schuhen – was steht dahinter, also was gibt es da noch mehr, was dich motiviert? Kannst du dir das erklären?

T9: Das Laufen ist schon das Größte eigentlich, mit der Motivation irgendwie, aber wenn ich über bestimmte Schuhe nachdenke, ist das jetzt nichts, wo ich mir denke, dass ich damit irgendetwas erreichen könnte, was mich motiviert.

I: Muss auch gar nicht so eine Motivation sein im Sinne, dass du dann was draus machst, sondern die Motivation, dich so diesen Stil so weiterzuentwickeln. Also es kann auch auf der ästhetischen Ebene bleiben.

T9: Ja also ja dann motivieren mich die Videos schon, also wenn ich dann in dem Stil erstmal bin und in dem Stil dann weiterhin Videos sehe, dann motiviert mich das auch quasi in die Richtung weiterzumachen.

I: Und wenn du sagst, du möchtest dich auch irgendwie abgrenzen gegen BWL-Justusse, würdest du sagen, dass so andere Inhalte, die nicht dem entsprechen, was du selbst magst, dass die auch einen Einfluss auf dich haben? Also, dass sie dich zum Beispiel motivieren in die andere Richtung zu gehen?

T9: Ja, das ist auch eine Motivation, ja. Also genau dahin zu gehen, was ich nicht mag oder wie ich nicht von anderen gesehen werden möchte.

I: Eine Abgrenzung dann irgendwie.

T9: Ja.

I: Okay. Und würdest du sagen, dass sich dein Stil so durch all das, was du gerade beschrieben hast, verändert hat?

T9: Nee, auf jeden Fall. Also hat sich über die Jahre denke ich, viel getan. Vielleicht auch immer mal wieder in eine andere Richtung, aber eigentlich immer umgesetzt auch dann schon.

I: Also würdest du auch sagen, dass du da aktiv mitgestaltet hast und dass das nicht so passiv passiert ist?

T9: Ja genau. Also wenn ich das dann gesehen habe, dann ist das eigentlich, ja okay, das ist jetzt mein neues Ding so. Ja, dann direkt einkaufen.

I: Da wurde dann schön auf die Shoppingliste gepackt.

T9: Ja.

I: Und würdest du sagen, du entscheidest dich eher spontan, was du so machst oder wie du dich ausdrückst? Oder ist das schon was, wo du über deine Außenwirkung nachdenkst oder wo du konzipierst reflektierst und das danach irgendwie strategisch ausrichtest?

T9: Eher spontan würde ich sagen. Eher einfach – okay, was sieht gerade schön aus, also was gefällt mir und einfach erstmal haben, erstmal schauen, erstmal machen und dann gucken, kann man das mal mit irgendwas anderem kombinieren, wie wirkt das dann, aber erstmal gucken, ob das gut aussieht und dann alles weitere.

I: Und würdest du sagen, dein Stil ist eher Ausdruck von Zugehörigkeit, also dass du dich auch irgendwie einer bestimmten Ästhetik anschließen möchtest oder was ganz anderes? Also um ein gegenteiliges Beispiel zu nennen, es gibt sicher auch Menschen, die ganz unterschiedliche Hobbys haben oder eine bestimmte Filmrichtung immer schauen und sich dann so ihre einzelnen Inspirationsquellen zusammen puzzeln, zu dem, was sie dann im Endeffekt sind oder ausdrücken.

T9: Ich glaube, ich mache es nicht so für die Zugehörigkeit in der Ästhetik. Also wenn ich Leute sehe, die so gekleidet sind, dann denke ich immer noch, nee, da gehöre ich noch nicht ganz dazu auf jeden Fall. Ich habe es noch nicht ganz getroffen. Die machen das schon immer noch cooler. Also da ist immer noch Luft nach oben. Von daher mache ich es erstmal für mich selbst und puzzle vielleicht auch aus unterschiedlichen Ästhetiken zusammen. Also ja, ich würde sagen für mich selbst und eine Dazugehörigkeit habe ich noch nicht.

I: Aber die spielt da ja schon so ein bisschen mit rein, oder?

T9: Ja. Also vielleicht kann die mal erreicht werden. Und wenn ich dann denke, okay, jetzt sehe ich auch so cool aus, dann nicke ich den Leuten zu. Ja, wir sind gut.

I: Und würdest du sagen, dass du einer bestimmten Ästhetik entsprichst?

T9: Eben noch nicht ganz nein.

I: Und gibt es etwas, was du mit deinem Stil ausdrücken möchtest oder erreichen möchtest?
Für dich selbst oder gegenüber anderen?

T9: Eigentlich mich einfach wohlfühlen und gut auszusehen.

I: Gibt es gewisse Vibes die du gerne verkörpern möchtest, wo du denkst, die anderen sollen mich so wahrnehmen, so möchte ich wirken?

T9: Ja, vielleicht so entspannt wow, der sieht ja entspannt vielleicht aus, vielleicht auch glücklich.

I: Der chillige Typ, der gerne laufen geht.

T9: Ja, genau.

I: Und was bringt dich dazu. Das so verkörpern zu wollen?

T9: Meine Persönlichkeit? Ich weiß nicht. Also jetzt einfach glücklich, also irgendwie Fröhlichkeit auszustrahlen ist es jetzt einfach, würde ich sagen – so bin ich, so strahle ich mich gerne aus. Wenn es nicht so wäre, würde ich wahrscheinlich schwarze Sachen tragen, vielleicht so. Und ich bin eigentlich auch relativ ruhig relativ chillig von daher – spiegelt das eigentlich auch die Ästhetik wider, würde ich sagen.

I: So, um dich so zu fühlen, wie du selbst auch bist, irgendwie, vielleicht?

T9: Ja.

I: Und hast du das Gefühl, dass sich die Motivation wie du dich anziehst, wie du dein Leben gestaltest, sich im Laufe der Zeit verändert hat?

T9: Ja, auf jeden Fall. Drastisch verändert, würde ich sagen.

I: Kannst du das beschreiben?

T9: Ja, ich glaube, ich bin einfach zu jung, um halt schon länger einen Stil für mich gefunden zu haben, weil ich meine, vor drei Jahren war ich halt noch, keine Ahnung, 19 und da sah es auf jeden Fall ganz anders aus und dann wird man so ein bisschen älter und ist fertig mit der Schule und denkt jetzt, ja jetzt bin ich erwachsen und auf einmal habe ich mir einen Mantel gekauft und dann irgendwann, okay, so erwachsen bin ich jetzt auch doch nicht, Mantel wieder weggehängt und dann doch die Leinenhosen wieder geholt und ich meine davor in der Schulzeit war da hatte das keine Konstanz die Ästhetik da war alles ganz wild durcheinander – alles, was gerade jeder hatte.

I: Gut, das waren alle festgesetzten Fragen. Noch falls du irgendeine Ergänzung hast, was du noch gedacht hast, wo du sagst – das passt total zum Thema, das war in meinem Kopf: her damit!

T9: Nein, eigentlich nicht.

I: Super, dann war es das. Danke!

T7 – Gorp Core – 11.08.

I: Also das Thema meiner Masterarbeit ist der Einfluss sozialer Medien auf unsere Lebenswelt und unseren ästhetischen Ausdruck, also wie soziale Medien unseren Stil, Trends und ästhetische Normen prägen, was ja irgendwie bewusst passiert, wie man sich prägen lässt, aber auch unterbewusst passiert. Durch aktive Partizipation in den sozialen Medien und die Wechselwirkungen und Kommunikation entstehen ja visuelle Muster, die auf uns zurückwirken, die wir aber auch irgendwie selbst mit beeinflussen, dadurch, dass wir sie selbst leben. Und das Ganze reflektiert dann eben zurück auf unser Selbstbild und auf unsere Identitätsentwicklung, also wo wir uns in diesem ganzen Gebilde selbst verorten und wie wir uns selbst darstellen. Und deswegen stelle ich mir die Frage, warum wir bestimmte visuelle

Stile in unseren Alltag und unser eigenes Selbstkonzept integrieren. Das eigentliche Ziel der Arbeit ist es die Motivation hinter diesen Stilübernahmen zu analysieren, in diesem Spannungsfeld zwischen digitalem Einfluss, aber auch der eigenen aktiven Partizipation daran. Genau. Ist das verständlich?

T7: Ja, ich glaube schon.

I: Noch ein kleiner Disclaimer vorweg. Es geht nur um deine Meinung und deine Empfindung und Beobachtung. Einige Fragen sind sehr offen und vielleicht auch ein bisschen schwierig, aber da geht es auch einfach darum, dass du das sagst, was dir als erstes in den Kopf kommt. Da gibt es kein Richtig und kein Falsch – einfach das, was du denkst.

T7: Sehr gut.

I: Bevor wir beginnen, wäre es für meine Aufzeichnung nochmal gut, wenn du dich vorstellst mit Namen, Alter und Geschlecht.

T7: Okay. Ich heiße XXX, ich bin 22 Jahre alt und männlich.

I: Super. Und weil es heute ja um soziale Medien geht, wäre es super, wenn du einmal sagen könntest, welche Plattform du so nutzt.

T7: Ich nutze hauptsächlich Instagram, ein bisschen Snapchat für ein paar vereinzelte Kontakte und TikTok, aber das habe ich wieder gelöscht, weil es zu viel Speicher braucht. Und YouTube nutze ich auch.

I: Gut und wie häufig nutzt du die Plattform? Beziehungsweise zu welchen Tageszeiten und in welchen Kontexten?

T7: Instagram oder generell die meisten benutze ich, wenn ich nichts Besseres zu tun habe, I guess. Das kann einem bei Instagram halt sehr schnell passieren. Ja, am Weg zur Arbeit, am Weg zurück, zu Hause im Bett, da kommt schon der ein oder andere Doom-Scroll vor.

I: Okay, aber täglich auch?

T7: Ja.

I: Und was bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T7: Was bringt mich dazu? Social Media und Instagram besonders, weil ich dort auch versuche mich mit meinem DJ-Dasein durchzusetzen und so. Deswegen fällt es mir auch schwer, mal nicht auf Social Media zu sein, weil ich halt irgendwie probiere on top of that zu sein, aber sonst auch einfach, keine Ahnung, ich schaue gerne Instagram Reels an, weil es sehr leichtes Dopamin für meinen Kopf ist, auch wenn es nicht gut für mich ist und ich schon oft probiert habe, mit diesen Apple Timern das zu limitieren, aber das kriege ich halt nicht richtig hin.

I: Ich habe das nochmal nach Nutzungsmotiven aufgeschlüsselt. Die werde ich dir gleich mal nennen und ein bisschen ausführen und dann kannst du vielleicht mal gewichten, wie du sie nach Wichtigkeit ordnen würdest – also was für dich an Platz eins kommt, Platz zwei, Platz drei und Platz vier. Und zwar wäre das einmal Entertainment, also im Sinne von Entspannung Ablenkung und Zeitvertreib. Dann einmal Informationsbeschaffung, also nicht nur Nachrichten im klassischen Sinne, sondern auch so Orientierung, also alles, was du so brauchst um dich selbst zu verorten. Dann identitäre Beweggründe, also dein Selbstkonzept, Selbstdarstellung und soziale Aspekte also Freundschaften Zugehörigkeit, sowas.

T7: Ist das jetzt was mir am wichtigsten ist oder warum ich es am meisten verwende?

I: Nein, was für dich am wichtigsten ist – was für dich auf Platz 1 kommt und was auf Platz 4.

T7: Weil ich würde es am meisten für Entertainment verwenden, aber das Wichtige ist mir auf jeden Fall, am wichtigsten wahrscheinlich, dass ich mir der Kontakt mit Freunden oder Freundinnen – der soziale Aspekt. Dann Selbstdarstellung auf jeden Fall fürs DJ Sidehustle und ja, was war das andere? Information. Genau. Dann hätte ich gesagt Information, dann Entertainment. Aber ja Entertainment hol ich mir eigentlich lieber von irgendwelchen, im besten Fall, von irgendwelchen längeren Formaten. Ja kommt leider nicht so oft vor.

I: Ja man bleibt hängen.

T7: Man darf ja träumen.

I: Genau, und zum Einstieg würde ich noch gerne von dir wissen, welche Ästhetiken und Ziele dir häufig begegnen, wenn du auf sozialen Medien unterwegs bist.

T7: Ich habe viel Brainrot in meinem Feed und sonst von Leuten, denen ich folge so grungy Mode-Zeugs bisschen Emo-Punk-Menschen viel.

I: Okay. Und gibt es da so bestimmte Dinge, die du siehst, mit denen – also Trendstile, wie sich Leute ausdrücken, mit denen du dich besonders gut identifizieren kannst?

T7: Trends, mit denen ich mich identifizieren kann, das wird ein bisschen schwierig.

I: Auch so, Modeströmungen, wie du eben Grunge, was du eben erwähnt hast.

T7: Safe, safe, safe. Okay, good point. Ja doch, das hatte ich eher auf TikTok und eine Weile auf Pinterest, aber das hat mich auf jeden Fall auch beeinflusst, um in eine eigene kleine Bubble dazukommen und mich selbst wiederzufinden darin.

I: Kannst du die beschreiben, wie die aussieht oder was das so beinhaltet hat?

T7: Es ist auf jeden Fall nicht so ernst, es ist eine selbstironische, keine Ahnung, sarkastische, sarkastisch wäre vielleicht das Falschwort, aber einfach nicht so ernster, lockerer Style. Cool, aber zugänglich. So – ich bin gern draußen unterwegs Bubble.

I: Würdest du sagen, dieses Moodboard [Gorp Core] entspricht dem, was du beschrieben hast?

T7: Ja schon!

I: Gut, dann habe ich ein Bild. Und was bringt dich dazu, also was fasziniert dich besonders daran, an diesen Ästhetiken?

T7: Mich fasziniert daran, dass ich mich ein bisschen abgrenzen kann, aber irgendwie doch Leute finde, die an einer ähnlichen Style haben und mit denen ich etwas gemeinsam habe.

Ja, genau. Auch Individualismus im kommerziellen Sinn, weißt du was ich meine? Es ist trotzdem ein Trend, aber es ist ein Mikrotrend unter einem Raum von anderen Trends, wo man sich irgendwie abgrenzen kann. Weißt du, was ich meine?

I: Ja, ja, ich weiß, was du meinst. Man drückt sich selbst aus, gehört irgendwie zu einer Gruppe, aber ist dadurch auch irgendwo individuell.

T7: Ja genau!

I: Was fasziniert dich besonders an der Ästhetik? Warum denkst du, dass das irgendwie cool ist?

T7: Find ich schwer zu sagen, ich weiß nicht. Ich habe das einkauft. Ich habe mich selbst nie besonders ernst genommen und bin ein lockerer Typ und keine Ahnung, das hat mich dann einfach angesprochen.

I: Wie sehr würdest du sagen, dass es deine Entscheidung ist, diesen Stil zu leben und dich so auszudrücken?

T7: I don't know, ist sicher an vielen der Algorithmus schuld, aber der Algorithmus ist ja auch eigentlich nur dafür da, um dich zu durchschauen. Also vielleicht ist der Algorithmus einfach mein allwissendes Etwas das genau weiß, was ich will.

I: Hast du das Gefühl, dass du aber trotzdem so die Oberhand behältst oder dass der Algorithmus mehr Macht über dich hat, als du es eigentlich gern hättest?

T7: Naja, ich gehe dem jetzt nicht aus meinem Weg um irgendwie, ich meine habe ich schon gemacht – aber, um so Style zu recherchieren und dadurch wird mir dann halt mehr darüber vorgeschlagen und meistens sehe ich es als irgendwas, denke mir entweder, naja, kein Bock oder ja doch, ist ganz gut. Und vielleicht, wenn ich das dann nochmal irgendwo sehe, brauche ich es mehr. Aber es kommt immer aus einem Ort, wo ich mich auf jeden Fall irgendwann mal dazu entschieden habe, dass ich das cool finde. Natürlich habe ich es irgendwo gesehen, aber muss man ja irgendwo gesehen haben. In dem Fall ist es halt ein Algorithmus.

I: Ja, also so ein Hand in Hand würdest du sagen?

T7: Ja, das ist der beste Fall.

I: Und gab es auch Momente, wo du gemerkt hast, dass du dich so von außen beeinflussen lassen, also vielleicht auch so einen gewissen Druck irgendwie gespürt hast?

T7: Also in der Oberstufe am Anfang hatte ich halt noch nicht wirklich irgendeinen Style und da habe ich schon gemerkt – ich brauche irgendetwas. Und da habe ich mich dann schnell so in diese Hypebeast-Bubble reingefallen lassen. Und das war halt dann so mein Beginn, wo ich mich halt erst damit so beschäftigt hab, was ich anziehe oder so. Das war davon irgendwie nie ein Ding. Das ist mit der Oberstufe gekommen. Aber das war eher klassentechnisch als von Social Media.

I: Okay. Und Social Media hat dann nicht wirklich noch gar keine Rolle gespielt?

T7: Nein gar nicht. Also ich bin dann auf Social Media natürlich gegangen und hab dann geschaut, aber das ist dann eher eine logische Folge.

I: Und gibt es etwas an deiner Ästhetik, wo du das Gefühl hast, dass du das besonders gut kannst, einfach? Oder wo du das Gefühl hast, es gibt dir so ein bisschen Kontrolle, weil du dich da sicher fühlst?

T7: Wie meinst du das?

I: Dass die Ästhetik der eigenen Persönlichkeit, Optik, Interessen entspricht, also in Richtung Sport oder Kultur oder Musik – dass es in so einen gewissen Rahmen fällt, wo man weiß, okay, das bin ich auch eh irgendwie oder das kann ich eh schon gut, deswegen fällt es mir leicht, deswegen habe ich so ein bisschen Kontrolle darüber, wer ich bin oder sein will.

T7: Boah, das ist in meinem Fall irgendwie schwierig, ich weiß nicht, ich versuche irgendwie, es ist sehr abstrakt irgendwie. Ich glaube, ich kann das nicht in Worte fassen, irgendwie unverbindlich in mir, wie das zusammensteht. Ich geh gern wandern und deswegen war ich mit meinen Freunden zelten. Das mag ich, das bin ich irgendwie. Das zeige ich dann

auch von mir auf Social Media, aber es gibt auch viele Dinge, die man mir nicht direkt ansieht, die ich trotzdem gern mache.

I: Würdest du sagen, das ist eher was, was sich einfach so ergibt, was du jetzt nicht so aktiv beeinflusst, was sich einfach so ergibt?

T7: Ja, aber ich schaue schon sehr darauf, wie ich mich auf Instagram darstelle und so. Ich schaue, dass es auf jeden Fall in eine alternative Bubble irgendwie reinpasst. Weil ich auch eher die Leute ansprechen kann und will und das kann ich schon, hätte ich jetzt mal gesagt, am ehesten.

I: Das machst du aber einfach so oder hast du auch so ein Gefühl, da habe ich irgendwie Kontrolle darüber, was ich sagen will? Oder spielt Kontrolle für dich da gar keine Rolle?

T7: Ich weiß nicht, ich treib die Darstellung so, um so viel Leute wie möglich auf mein Profil zu ziehen und das hat in der Vergangenheit funktioniert. Und ja, ich meine, I guess es wäre Kontrolle, wenn es so weiter funktioniert, ja. Also ich bin da schon kontrolliert, I guess.

I: Okay. Und hast du eben schon so ein bisschen beantwortet, aber hast du das Gefühl, durch deinen Stil durch andere besonders gut verstanden zu werden, die vielleicht auch einen ähnlichen Ausdruck haben wie du oder dich so eingebunden gefühlt in den größeren sozialen Kontext?

T7: Ja auf jeden Fall. Habe ich ja eben auch schon so ein bisschen ausgeführt.

I: Und würdest du sagen, dass dein Stil, den du jetzt gerade hast, Teil deines Selbstbildes geworden ist? Also dass du das so fühlst, dass du das bist oder dass du das Gefühl hast, dass es eher eine Phase gerade ist, die du durchlebst?

T7: Ich kann auf keinen Fall sagen, dass das jetzt – also ich werde auf jeden Fall noch – ich kann nicht sagen, dass das jetzt so etwas ist, was ich für immer tragen werde und dass ich mich für immer so darstellen werde. Eigentlich auf gar keinen Fall. Ich bin Anfang 20. Irgendwann bist du nicht mehr Anfang 20 und dann kommt das alles ein bisschen anders rüber und ich hoffe, ich spüre mich noch genug, damit ich angemessen rüberkomme. Ich fühle

mich sehr – es passt jetzt zu mir, aber ich werde mich verändern und es wird jetzt kein 180 Grad Wendung geben, es wird sich einfach ändern, aber das ist okay.

I: Das ist also dein jetziger Punkt, dein jetziges Ich halt.

T7: Ja genau.

I: Und glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes gemacht hätte?

T7: Wenn es niemand anderes gemacht hätte, wenn ich der Einzige wäre, der das so gemacht hätte. Nein, natürlich nicht. Ich meine, wie auch, dann gäbe ja auch die Sachen nicht, die ich kaufen würde, weil es niemand trägt.

I: Du hast ja schon diesen Bubble-Trend erwähnt, den es ja irgendwo auch als Gruppenformation gibt. Und wenn es das jetzt als Gruppenformation nicht geben würde, glaubst du, du hättest dir das selbst zusammengesucht oder nicht?

T7: Wenn ich es auf Social Media nicht gesehen hätte, meinst du das?

I: Ja, oder wenn es diese Bubble nicht gäbe. Glaubst du, du hättest es dir genauso zusammengesucht oder eher nicht?

T7: Unabhängig von der Bubble. Ich meine, ich wäre wahrscheinlich nicht so leicht reingekommen oder generell wäre es schwieriger gewesen, mir empfehlen keine Freunde jetzt irgendwie – ich bin jetzt nicht in einer Bubble, wo Leute ihre Lieblings-Links für neue T-Shirts reinschicken – du weißt ja, wie das ist, man kriegt dann irgendwelche Ads ausgespielt oder so. Aber ja, wahrscheinlich wäre es weniger wahrscheinlich passiert oder weniger passiert.

I: Und gibt es einen Unterschied zwischen dem, was du online zeigst und dem, was offline der Realität entspricht?

T7: Ich poste natürlich nicht alles. Ich schaue sehr darauf, was ich poste, aber ich stelle keine Situationen extra nach. Ich schaue, wenn ich etwas mache, was ich cool finde oder was die Leute interessant finden würden, dann mache ich Fotos davon oder mache Videos. Aber ja, ich poste natürlich nur das, wo ich denke, dass sich die Leute dafür interessieren. Ich werde jetzt nicht meinen Arbeitstag irgendwie Leute mitverfolgen lassen, weil die haben selber schon genug Probleme und die müssen nicht auf meinem 9-to-5-Job mitverfolgen.

I: Und inwiefern hat so das Gefallen in der Ästhetik, die du dann irgendwann so für dich entdeckt hast, auch beeinflusst welche Aktivitäten du gern ausführst oder wie du deine Freizeit mit Freunden gestaltetest und so?

T7: Inwiefern das meine Ästhetik meine Freizeit beeinflusst? Gar nicht. Ich habe Musik produziert, bevor ich überhaupt mit Mode angefangen habe. Ich gehe sonst wandern. Das Einzige, was mich beeinflusst hat, war Modeshows oder so, dass ich zu denen hingegangen bin oder dass ich auf dem Walkway mal war, das hat beeinflusst mal. Aber im Großen und Ganzen hat sich das eher sozusagen gefunden, dass sich die Interessen zuerst entwickelt haben und dann eine Ästhetik dazu gebildet hat.

I: Und sind dir die Reaktionen deiner Bekannten und Freunde auf deinen Stil und wie du dein Leben so gestaltetest, wie du dich stilistisch ausdrückst wichtig?

T7: Ja, ein bisschen. Von manchen mehr, von manchen weniger. Wenn mir manche Leute sagen, wenn du das trägst, ist das too much, dann denke ich mir manchmal gut, weil ich will nicht aussehen wie du. Ich will nicht diesen Style haben und wenn es dir nicht gefällt, dann ist es nicht für dich, das passt voll. Ich probiere immer so, on-edge zu sein von zu komisch und vielleicht noch kommerziell und cool.

I: Ja, verstehe ich. Also mehr wie so ein Spiegel für das, was du tust oder möchtest.

T7: Ja, genau. Aber es kommt immer drauf an wer es sagt.

I: Und spielen da so Likes Views Reaktionen auf das, was du bei Social Media so von dir zeigst eine Rolle für dich?

T7: Ich freue mich schon, wenn ich viele Likes bekomme natürlich, dann kichere ich immer. Traurig bin ich nicht, wenn ein Foto oder so mal weniger Likes bekommen. Ja. Ich freue mich einfach nicht so, wie ich es würde, wenn es mehr Likes bekommen würde, aber ja.

I: Gibt es bestimmte Dinge, die dich motivieren, dich ästhetisch weiterzuentwickeln oder dich noch weiter so auszudrücken zu zeigen – im Offline- und Online-Kontext?

T7: Ja wenn ich coole Leute treffe, ja.

I: Okay, also offline eigentlich meistens eher?

T7: Eigentlich eher offline. Aber auch Leute, die ich halb kenne, aber eher im Online-Kontext sehe als in echt, aber ja, genau.

I: Okay. Also du suchst jetzt nicht aktiv nach Style-Inspiration oder dass dir durch ein Algorithmus schon viel so Dinge ausgespielt werden, die dir vielleicht gefallen könnten und das motiviert dich, sondern es sind immer eher Personen, keine einzelnen Objekte.

T7: Genau, ich suche aber auch nicht aktiv nach Style-Inspiration.

I: Und hast du das Gefühl, dass sich dein Stil so über die Zeit verändert hat? Oder hast du so Schlüsselmomente, wo du dich daran erinnerst, dass sich irgendwas verändert hat, wo du dachtest – das will ich jetzt eher sein oder in die Richtung will ich mich entwickeln?

T7: Also ich weiß grad nicht...

I: Also hat sich dein Stil über die Zeit verändert und gibt es da so Momente, wo du dich erinnerst, dass du dir dachtest, dass du etwas cool findest – dass du das auch sein willst?

T7: Ja, wie gesagt, Anfang der Oberstufe, da dachte ich mir so, ich würde echt gern so ein bisschen weniger mit Skinny Jeans beschäftigen, sondern eher halt wegen etwas, was halbwegs cool aussieht und da habe ich mir am Anfang schon echt ein bisschen schwer getan, aber ja, genau, und da dachte ich mir schon, ich würde – dass ich mehr Inspiration in die Richtung haben möchte. Auch wenn ich das jetzt nicht mehr so mache, bin ich froh, dass ich

ein bisschen interessierter war und mich damit beschäftigt habe, wie ich aussehe und mich rüberbringe.

I: Okay und würdest du sagen, dass dein Stil für dich eher Ausdruck von Zugehörigkeit, also auch so ein bisschen so ein Gruppenzugehörigkeitsding ist, woran du dich orientierst und dein Stil so ausrichtest? Oder würdest du sagen, es ist einfach so ein Zusammenspiel aus vielen Dingen, die du aus unterschiedlichen Inspirationsquellen ziehst?

T7: Meine Gruppe, mit der ich echt eng befreundet bin – da habe ich im Vergleich schon einen deutlich anderen Style. Wir haben uns alle ein bisschen weiterentwickelt und ein bisschen geändert. Das finde ich auch cool. Ich habe mich früher sehr an denen orientiert wegen Sneakern und so. Und das habe ich dann halt aufgehört. Und ja, jetzt haben wir alle unser eigenes Ding. Das ist eigentlich ganz lässig.

I: Und würdest du sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T7: Ja. Aber bitte dräng mich nicht hinzu, sie zu beschreiben. Ich habe keine Ahnung, wie man die nennen könnte.

I: Es geht mehr so das eigene Bewusstsein, musst du nicht beschreiben. Was würdest du sagen, möchtest du mit deinem Stil erreichen oder ausdrücken – für dich selbst und gegenüber anderen?

T7: Ich möchte mich ein bisschen absondern auf jeden Fall und dadurch vielleicht auch irgendeine Art von Confidence zeigen, maybe, weil – ich hab noch nie so drüber nachgedacht, aber ja, für mich, ich weiß nicht – mich ein bisschen was zu trauen.

I: Gibt es bestimmte Werte oder Vibes, die du gern verkörpern möchtest?

T7: Chilliger Dude. Das sind die Vibes, die ich verkörpere.

I: Und was bringt dich dazu diese Vibes verkörpern zu wollen?

T7: Ja mich selbst auszudrücken. Was andere Menschen angeht, ist mir das relativ egal, weil ich bin nicht picky, was Style angeht. Es hat oft nicht so viel mit Persönlichkeit zu tun. Auf Social Media ist es einfach einfacher eine Bubble für sich zu finden. Da kommt man leichter ins Reden auf jeden Fall. Das ist einfach äußerlicher. In Echt ist es mir nicht so wichtig, da freue ich mich einfach darauf, dass die Leute offen genug sind, mich trotzdem dafür zu respektieren, auch wenn sie einen anderen Style haben, aber auf Social Media auf jeden Fall.

I: Und hast du das Gefühl, dass sich so die Motivation, deinen Lebensstil auf einer bestimmten Ästhetik zu gestalten, im Laufe deines Lebens verändert hat?

T7: Es war eigentlich schon immer ein bisschen...früher wollte ich, nein, obwohl doch, früher wollte ich mehr dazugehören und dann wollte ich mich eher ein bisschen absondern und eher auffallen. Okay, doch, das ist das Gegenteil. Ja, doch, das ist eigentlich schon stark also.

I: Okay, das war's an sich auch schon. Hast du abschließend noch irgendwas, worüber wir nicht geredet haben, was dir einfach einfällt zum Thema Ästhetik – Wie gestalte ich meinen Lebensstil, wie steht das im Zusammenhang mit sozialen Formationen? Warum macht man das? War dir da noch irgendwas im Kopf oder nicht?

T7: Nein, eigentlich nicht.

I: Ja, dann danke. Das war's.

T10 – Gorp Core – 15.08.

I: Genau. Ich ordne das Thema nochmal ein bisschen ein. Wir haben ja schon drüber gesprochen, aber damit du nochmal so ein Bild davon kriegst, worum es geht: soziale Medien haben ja einen Einfluss auf unsere Lebenswelt und unseren ästhetischen Ausdruck – wie wir unser Leben gestalten, wie wir uns selbst anziehen geben etc. und das passiert, weil soziale Medien visuelle Trends prägen, Stile weiter herausbilden und damit visuelle Normen prägen. Das passiert bewusst und unterbewusst, dass wir sowas eben aufnehmen, konsumieren, für uns adaptieren. Und diese visuellen Muster, die auf den sozialen Medien entstehen, entstehen eben nicht nur dadurch, dass uns etwas gegeben wird, sondern durch komplexe Wechselwirkung durch Partizipation, weil wir selbst ja auch reagieren können, Content

erstellen können, konsumieren können und unseren Algorithmus weiter prägen können. Und diese Muster, die wir dann eben gezeigt kriegen, beeinflussen unser Selbstbild und auch unsere Identitätsentwicklung. Und deswegen frage ich mich so ein bisschen, warum wir diese Stile in unseren Alltag übernehmen. Warum wir Dinge sehen und diese am Ende adaptieren. Und das Ziel dabei ist, die Motivation dahinter herauszukristallisieren, warum wir das eigentlich machen. Ist das verständlich?

T10: Ich denke schon.

I: Ich habe einige schwierige Fragen, die sehr offen gestellt sind. Auch wenn du denkst – ich weiß gar nicht, wie ich darauf antworten soll, sag einfach das, was dir zuerst in den Kopf kommt. Ich werde dann auch noch weitere Anstöße geben, aber es gibt wirklich kein Richtig und kein Falsch. Es geht nur um deine eigene Meinung, um das, was dir zuerst in den Kopf kommt. Und zum Start, wäre es super, wenn du dich noch einmal vorstellst mit Name, Alter, Geschlecht.

T10: Name, Alter und Geschlecht okay: XXX, 25 Jahre, männlich.

I: Super, danke! Weil es ja heute um soziale Medien geht, wäre es super, wenn du einmal sagen könntest welche sozialen Medien du so konsumierst.

T10: Eigentlich mittlerweile nur noch YouTube und Instagram.

I: Pinterest?

T10: Nee, Pinterest habe ich noch nie wirklich verwendet.

I: Könntest du noch einmal einordnen, wie häufig du die Plattform nutzt und zu welchen Tageszeiten und in welchen Kontexten?

T10: Instagram nutze ich ungefähr eine halbe Stunde am Tag. Ich kann es nicht länger als eine halbe Stunde nutzen. Und das nutze ich meistens – dadurch, dass ich es immer nur für drei Minuten am Stück nutzen kann – immer so zwischendurch mal, wenn ich in der Bahn sitze oder wenn ich zu Hause mal irgendwie beim Frühstück oder beim Mittagessen

irgendwie, so da immer kurz zwischen drinnen. Und YouTube wahrscheinlich eher so Richtung Nachmittag, abends.

I: Aber auch täglich?

T10: Ja, weil ich dann weniger Netflix oder so schaue Fernsehen sowieso nicht. Und dann schaue ich halt eher YouTube oder irgendwas.

I: Gut. Und was bringt dich dazu, das zu nutzen?

T10: Das ist eine gute Frage. Also ich glaube, Instagram hatte ich schon mal gelöscht. Und da habe ich dann aber schon gemerkt nach so einem halben Jahr – man bekommt schon ein bisschen weniger mit. Und dann habe ich es wieder genutzt und dann war das wieder ein bisschen zu viel Nutzung, dann habe ich irgendwann beschränkt und seitdem funktioniert das eigentlich ganz gut. Und YouTube ist irgendwie, ich weiß nicht, damit bin ich irgendwie aufgewachsen und man muss sagen, es gibt viele dumme Sachen auf YouTube, aber es gibt auch viele spannende Sachen auf YouTube. Ja, das ist dann eher so Zeitvertreib-mäßig.

I: Okay. Ich habe das nochmal aufgeschlüsselt nach Nutzungsmotiven und ich würde dir die gleich einfach mal nennen und dann kannst du sagen – das sind vier Stück – was für dich auf Platz 1, Platz 2, Platz 3 und Platz 4 steht. Und zwar wären das: Entertainment, also im Sinne von Entspannung, Ablenkung und Zeitvertreib, dann Informationsbeschaffung, also nicht nur Nachrichtensendungen in dem Sinne, sondern auch so die Orientierung, soziale Beobachtung, wo positioniert man sich selbst in der Welt, identitäre Beweggründe, also sowas wie Selbstkonzept und Selbstdarstellung und der soziale Aspekt also Freundschaften, Zugehörigkeiten, Austausch und sowas.

T10: Also ich glaube, ich würde das Identitäre auf das unterste stellen, weil ich relativ wenig – also auf YouTube, habe ich noch nie in Leben irgendwas gepostet und auf Instagram poste ich jetzt auch eher wenig. Bei Instagram würde ich eher Entertainment und Freundschaften auf 1 und 2 geben, aber die sind eher gleichwertig tatsächlich, finde ich. Und dann auf die dritte Stelle so nachrichtenmäßig. Und bei YouTube ist es aber ganz, also ist es ganz klar, dass es eher Nachrichten und dann Entertainment ist. Und dann würde Selbstdarstellung und Freundschaften pflegen auf den untersten, auf den letzten Platz kommen.

I: Und da würde ich noch gerne wissen, welche Ästhetiken und Stile dir häufig begegnen, wenn du auf sozialen Medien unterwegs bist.

T10: Ich bekomme tatsächlich relativ viele Memes und immer wieder Sportler. Im Winter ist es alles, was mit Schnee und Ski verbunden ist und im Sommer ist es eher Mountainbiken und Rennradfahren. Wobei das Mountainbiken kommt eher auf YouTube und weniger auf Instagram, also schon auch auf Instagram, aber das wird mir mehr auf YouTube vorgeschlagen. Weil bei Mountainbiken, da gibt es immer so fünf bis zehn Minuten Videos und die schaue ich mir dann an und dann wird mir noch mehr vorgeschlagen und so, das ist eher dann eher länger und auf Instagram wahrscheinlich eher die Rennrad-Bubble dann – ganz klar die Rennrad-Bubble mit dem Kaffee trinken und der Siebträgermaschine und so. Das sind dann auch immer die richtigen Klamotten beim Radfahren. Also im Sinne von richtigen Klamotten, das sind dann immer dieselben Marken auch, so plus minus, halt die, die halt besonders teuer und ästhetisch sind – warum die halt dann auch viele Leute tragen, ja, das wären so die, am ehesten die Sachen, die mir jetzt so einfallen würden.

I: Und gibt es da so eine bestimmte Bubble oder so bestimmte Stile mit denen du dich besonders gut identifizieren kannst?

T10: Ich kann mich lustigerweise mit der Mountainbike Bubble als auch mit der Rennrad-Kaffee-Hipster-Bubble identifizieren. Ich glaube, das funktioniert halt aus dem Grund, weil ich es halt, weil ich das halt schon, also eigentlich schon immer mache, also dadurch, dass ich schon immer Rad fahre und für mich unterscheide ich nicht zwischen Rennradfahren und Mountainbiken, sondern das ist halt für mich Radfahren. Und wenn ich Mountainbiken gehe, dann habe ich meistens Mountainbikesachen an und wenn ich Rennradfahren gehe, habe ich halt Rennradsachen an und darüber identifiziert man sich dann so, was einem da gezeigt wird oder was man da sieht. Ich merke auch, über die Zeit beim Rennradfahren, dass es einen doch schon verändert, weil dann auch alle anderen, die man beim Rennradfahren sieht, sind dann auch so gekleidet und dann bewegt man sich auch ein bisschen mehr in die Richtung, weil ja auch die ganzen Marken, auch die günstigeren, auf diese Trends aufspringen.

I: Ich schicke dir gleich mal ein Moodboard [Gorp Core] und du kannst ja mal sagen, wo wir grade schon über Marken und Outdoor reden, ob du dich damit identifizieren kannst.

T10: Ich muss tatsächlich sagen, leider ja. Ich rede da ab und zu mal drüber und mache mir häufiger Gedanken drüber, weil es halt total lustig ist, weil ich habe mit dem Radfahren so mit zehn Jahren angefangen durch meinen Vater. Für mich ist es halt normal, Radfahren zu gehen. Wenn ich hier im Urlaub bin, dann gehe ich Radfahren. Wenn ich in Wien bin, dann gehe ich Rennradfahren. Wenn ich in Nürnberg bin, bin ich auch Rennradfahren gegangen. Und das, was jetzt mittlerweile cool ist, mache ich eigentlich schon immer. Es ist irgendwie ganz komisch, weil ich mache es nicht so extrem wie viele oder wie es auf Instagram dargestellt wird. Aber ich mache es halt trotzdem und es ist irgendwie ein bisschen komisch. Es spricht mich an und auf der einen Seite, finde ich es cool und auf der anderen Seite, finde ich es unglaublich scheiße, weil mir auch manchmal die Menschen, die es dann machen – ich mag die teilweise einfach nicht. Beim Radfahren ist es halt so, man grüßt sich halt, aber die grüßen halt nicht.

I: Das sind dann so die Neulinge?

T10: Die Neulinge genau. Aber sie wissen halt nicht, also sie, ja – sie grüßen halt nicht. Und das ist halt immer – manchmal stehe ich dann da oder denke mir beim Fahren, das ist schon auch irgendwie komisch.

I: Ja, verstehe ich. Gut, die nächste Frage haben wir eigentlich schon beantwortet, aber vielleicht hast du noch einen anderen Take dazu: Was fasziniert dich besonders an diesem Stil, an dieser Art zu leben, an dieser Lebenswelt und was bringt dich dazu, Teile davon zu adaptieren?

T10: Hmm...ich weiß nicht, ob ich da noch was zu ergänzen hab. Ich glaube, es ist halt in dem Sinne, es ist halt schon ganz cool, weil man halt auch auf ganz andere Ideen dadurch kommt. Also man bekommt halt schon neue Ideen und neuen Input, weil man dann sieht, ah, der oder die war da, oder der oder die hat das gemacht. Und so deswegen ist es, ist es schon auch ganz lustig, dass man da halt, oder ganz cool, weil man halt auch neue Sachen dadurch finden kann. Das ist nicht nur komisch für mich.

I: Das ist eigentlich auch produktiv, weil das, was du eh gut findest jetzt noch größer wird und du mehr für dich rausziehen kannst oder andere Arbeit leisten, die du selbst nicht leisten musst.

T10: Genau, das ist wahr. Nur, dass es halt alles auch teurer geworden ist, seitdem.

I: Das ist natürlich doof, das stimmt.

T10: Das ist halt – weil wenn ich mir jetzt überlege, mein Rennrad: zum Beispiel, dass jetzt in den letzten Jahren durch diesen Hype, auch während Corona und durch diesen Fahrrad-Hype auf Social Media – man kriegt ein ähnliches Rennrad, jetzt erst für 1.000 Euro mehr. Nicht mit denselben Komponenten, die gibt es nicht mehr, aber für ähnliche, also dass man sagt, man hat einen ähnlichen Stand, kostet jetzt ein Tausender mehr. Das ist schon viel.

I: Ja, verrückt. Und wie sehr würdest du sagen, dass es deine Entscheidung ist, Teile dieses Stils so zu leben oder dich so auszudrücken?

T10: Also ich glaube, zum Großteil ist es schon meine Entscheidung, weil ich mache es ja freiwillig. Ich glaube, man hat dann schon manchmal, wenn man dann irgendwie mal eine stressige Woche hatte und dann sieht man wieder irgendwen, der hat das gepostet und das gefahren – ich könnte ja eigentlich auch mal wieder fahren gehen. Das hilft dann schon manchmal. Und ich glaube, was mir selber aufgefallen ist, dass es so insgesamt, also dann auch unabhängig vom Radfahren sich kleidungstechnisch schon sehr verändert hat bei mir. Klar, da hat meine Freundin dann auch einen Einfluss, aber ich merke schon, dass es eine Tendenz gibt, wenn bestimmte eher outdoormäßige Dinge viele Leute tragen, dann kann ich das ja auch normal tragen – so nach dem Motto. Das merke ich schon, dass das einen Einfluss hat. Und da ist es halt schwierig, weil ich glaube – inwiefern ist das jemals unsere eigene Entscheidung, was wir tatsächlich tragen und was uns gefällt. Ich glaube, uns werden häufiger andere Sachen vor Augen geführt, durch Instagram und das beeinflusst uns vielleicht ein bisschen mehr, also wahrscheinlich schon mehr als vorher, aber wie viel, weiß ich jetzt nicht.

I: Also es gibt einen Einfluss von außen für dich den du auch spürst?

T10: Ja schon. Es ist, teilweise ist es aber auch so ein Mix aus – dieses, also, dass man sich sagt: zum Beispiel die Salomon-Schuhe. Das ist dann so, wenn das jetzt die Leute tragen, wenn das jetzt cool ist, dann kann ich sie ja auch normal tragen und nicht nur, wenn ich wandern gehe.

I: So eine Art Approval?

T10: Ja, genau! Da habe ich dann mein Go bekommen.

I: Das, was du bisher beschrieben hast, war ja eher eine Symbiose aus eigenen Interessen und äußeren Einflüssen, aber hast du auch mal so eine Art Druck gespürt, dass du mit einem Mal selbst etwas haben wolltest, um dich zugehörig zu fühlen?

T10: Ich glaube das war eher früher in der Schule so. Seitdem ich aus der Schule draußen bin, viel, viel weniger. Ich glaube, das Einzige, was ich schon sehr haben wollte, waren die Birkenstock Bostons. Ich fand auch, als ich die das erste Mal gesehen habe, war ich so – ich weiß nicht, irgendwie schaut das schon ziemlich scheiße aus. Und dann war ich bei meinen Brüdern in Kopenhagen und dann habe ich die da gesehen und dann hat mein Bruder sich die eben gekauft und dann habe gesagt, vielleicht sind die doch ganz cool. Und dann war es so: wäre schon cool die zu haben. Aber so ein richtiges, dass ich mir jetzt gerade denke, das will ich haben, das muss ich haben, das hatte ich schon lange nicht mehr richtig. Ich fand früher in der Schule war das anders, da war es dann so als ich so in der sechsten Klasse war, so mit zwölf dreizehn Jahren so, da war die Zeit mit den engen Jeans, mit den Skinny Jeans, dann gab's bei uns auch immer so ein Jahr, wo man dann auf einmal auch farbige Jeans hatte.

I: Oh Gott, stimmt, so rote, königsblaue und grüne.

T10: Genau! Ich hatte zum Glück nur eine blaue. Das habe ich schon gemerkt, oder als dann Superdry auf einmal bei uns ein Thema war. Dadurch, dass halt alle aus recht privilegierten Haushalten gekommen sind, bei mir in der Schule, war das dann halt schon auch ein Ding. Das ist dann aber, irgendwann ist es dann so abgeflacht, finde ich. Aber auch wahrscheinlich dann auch durch mein Studium. Da wir saßen halt einfach in Jogginghose im Hörsaal. Dadurch, dass in Sportwissenschaftsschirm halt alle dann da eher sportlich reingehen und einfach so, weil du halt in der Früh bei Schwimmübungen bist und danach halt in die Vorlesung musst. Da willst du halt auch eher bequem sein als irgendwas anderes.

I: Verständlich, ja. Hast du das Gefühl, dass so dein Stil oder deine Ästhetik dir auch so ein Gefühl von Kontrolle gibt, dadurch, dass du etwas besonders gut kannst, also gerade auch in Richtung Sport?

T10: Ich weiß nicht, ob Kontrolle, also ich finde – ja, vielleicht schon ein bisschen. Also ich glaube schon ein bisschen. Ich glaube, ich war zum Beispiel beim Radfahren, da zieht man ja Rennradschuhe an, beim Rennradfahren. Und es gibt Rennradschuhe und Mountainbikeschuhe und ich hatte ewig meine Mountainbikeschuhe, die waren so ähnlich wie Rennradschuhe, aber das hat dann, also das hat mir selbst nicht gefallen, weil es halt irgendwie farblich nicht zum Fahrrad gepasst hat und zu dem Rest, dann war ich so ein bisschen – das hat mich schon so ein bisschen getriggert. Da war ich schon so ein bisschen genervt und das war dann schon irgendwie komisch. Am Rennrad zieht man eigentlich Rennradschuhe an. Irgendwann habe ich mir dann welche gekauft und dann war das schon eigentlich – also beim Fahren selbst, gibt es da wenig Unterschied. Man schaut ja auch eigentlich nie runter, aber wahrscheinlich ist das dieses Kontrollgefühl von wegen: ich bin richtig angezogen, ich kann das – dass, wenn andere mich ansehen, es ein rundes Bild ist.

I: Dass sie sehen, du kannst das, was du tust.

T10: Ja, schon, schon, ja. Ja, schon. Aber das, ich glaube, es fällt beim Rennradfahren auch mehr auf als beim Mountainbiken. Weil beim Mountainbiken kannst du halt einfach in den Bikepark gehen oder normal hochfahren und da hast du die wildesten Sachen an. Da ist es absolut egal. Da ist es nicht so krass wie beim Rennradfahren, weil da hat man schon ein bisschen mehr Druck von außen oder den man sich vielleicht auch einfach ein, weil ich glaube, niemand würde mir entgegenfahren und dann denken – ach Gott, die Mountainbike-Schuhe. Das fällt denen ja ziemlich sicher nicht mal auf.

I: Denkst du, dass da die kuratierten Inhalte, die man auf Instagram sieht, da auch einen Einfluss haben? Dass du dir dann im Vergleich denkst – so unpassend kann ich ja nicht rumlaufen?

T10: Ja, ich weiß nicht, ob das – ich glaube, in dem Fall sind es nicht die Influencer, sondern da kommen die Inhalte dann eher von den Profis. Zum Beispiel hat, wenn man ins Fahrerfeld schaut kein Mensch schwarze Rennradschuhe an – bei den Profifahrern, keiner. Die haben

alle weiße an. Also ich glaube, das kommt eher so aus dieser Richtung dann in dem Fall, wo man sagt, naja man kauft keine schwarzen, sondern man kauft die weißen. Und dann übernehmen das die Influencer dann glaube ich auch. Weil es halt in diesem Sport so gehört. Das ist so ein ungeschriebenes Gesetz. Oder zum Beispiel, wie man die Brille aufsetzt. Das hört sich so komisch an. Das hat tatsächlich einen Grund, aber es ist irgendwie komisch: Jemand, der ganz neu im Rennradfahren ist, der trägt die Brille unter dem Helmstriemen. Das macht aber kein Mensch. Man trägt die Brille über den Helmstriemen. Es ist angenehmer, aber es ist auch total komisch, denn du siehst die Person und sagst – okay, die kann noch nicht so lange fahren. Das sind so Sachen, die werden halt über Social Media natürlich nochmal viel extremer gepusht dann. Dann macht der Influencer wieder so ein lustiges Video darüber und man achtet noch mehr drauf, weil es mehr zum Thema wird. Ich glaube, da kommt selten was aus dieser Influencer-Bubble so richtig, sondern es werden eher Dinge verstärkt oder aufgegriffen, die es eh schon gibt.

I: Ja dadurch werden soziale Dynamiken natürlich beschleunigt. Glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes getan hätte?

T10: Ich glaube, was jetzt das Radfahren angeht, ja. Vielleicht bei manchen Sachen wäre es mir egal zum Beispiel bei den Schulen. Aber ich glaube, der Rest wäre gleich, dadurch, dass ich das vorher auch schon gemacht habe. Ja. Aber ich glaube, so bei anderen Sachen vielleicht, also jetzt kleidungstechnisch oder so, wahrscheinlich nicht, also vermutlich nicht. Oder ich würde jetzt mal davon ausgehen, dass ich das nicht mit Sicherheit sagen kann, würde ich wahrscheinlich eher nein sagen. Ich glaube es wäre einfach komisch zu sagen, das ist fix, dass ich mich sicher so entwickelt hätte. Vor fünf Jahren hätte ich auch gesagt, dass ich niemals Skater Jeans tragen würde und jetzt trage ich genau die.

I: Und würdest du sagen, dass dieser Stil, den du lebst, ein Teil deines eigenen Selbstbildes geworden ist oder glaubst, dass es eher eine Phase ist, in der du dich gerade befindest?

T10: Ja und nein. Also ich kann mir schwer vorstellen, dass ich das jetzt in den nächsten zwei, drei Jahren aufhören werde. Außer es würde aus irgendeinem Grund einfach nicht gehen. Da glaube ich weniger, dass das eine Phase ist, weil es mir einfach sehr viel Spaß macht und ich eine sehr intrinsische Motivation dahinter habe. Auch im Fitnessstudio, das ist halt einfach sehr – also ich mache es halt, weil ich halt so aufgewachsen bin. Und ich, muss

auch dazu sagen – ich definiere mich nicht so sehr darüber wie, glaube ich, andere Menschen. Sondern ich mache es halt einfach und dann ist es auch gut für mich. Und bei anderen Sachen könnte ich mir vorstellen, dass das vielleicht eher eine Phase ist. Ich meine, wenn man sich so dieses lebensstilmäßige ansieht mit – wir tragen diese und jene Klamotten und wir finden diese und jene Aktivität in der Freizeit cool, dann könnte ich mir schon vorstellen, dass das eine Phase ist, weil es sich wahrscheinlich weiter verändern wird. Das sind ja irgendwo soziale Bewegungen.

I: Ja, das stimmt. Passt gut zur nächsten Frage: Inwiefern würdest du sagen, dass das Gefallen an deiner Ästhetik beeinflusst, welche Aktivitäten du in deiner Freizeit ausführst oder wie du auch mit Freunden deine Freizeit gestaltest?

T10: Tatsächlich, glaube eher weniger, dass es so einen Einfluss darauf hat, weil ich gehe wenig mit Freunden Rad fahren. Ich habe zwei Leute, mit denen ich in Wien ab und zu mal Radfahren gehe, aber meistens mache ich das allein. Andere Aktivitäten, mache glaube ich wenig, davon abhängig – also klar, ich gehe Kaffee trinken, aber ich bin auch schon mit 17 mit meinen Freunden aus Nürnberg schon Kaffee trinken gegangen und da war das noch nicht so das Riesenthema. Ich glaube Kaffee trinken ist auch eher was Zeitloses, das hat man ja vor 50 Jahren auch schon gemacht. Ich glaube, in manchen Sachen beeinflusst es mich nicht und in manchen mehr. Wenn man zum Beispiel sagt, man hat auf Instagram irgendwo gesehen, dass es ein Freiluftkino gibt, dann geht man am Ende nur hin, weil man über Instagram weiß, dass es da ist. Deswegen hat das in dem Sinne schon Einfluss aber ich glaube, aus dieser spezifischen Bubble eher weniger.

I: Okay. Sind dir denn Reaktionen von Bekannten und Freunden auf deinen stilistischen Ausdruck wichtig? Was machen auch negative Kommentare zum Beispiel mit dir?

T10: In Wien in der WG habe wir zum Beispiel eine Siebträgermaschine stehen und ich trinke ja auch gern Kaffee. Dann stehe ich da manchmal vor der Maschine und entspreche damit schon sehr einem Stereotypen eben dadurch, dass ich auch gern Rad fahre – gerade in meinem Alter. Und dann kommt halt so – ah, bist du in deiner Quarterlife-Crisis? Das ist schon, es ist spannend, denn man bekommt es schon immer wieder, also im Sportstudium eher weniger, aber so außerhalb war dann schon so – ah, bist du jetzt hier, was kommt als nächstes, spielst du jetzt auch noch Golf in zwei Jahren? Es ist eher lustig, wenn es von

meinem Mitbewohner kommt, dann ist das ziemlich lustig. Da bringe ich genügend Selbstironie auf, dass das eigentlich ganz lustig ist. Weil wir ja beide wissen, dass ich es ja früher schon gemacht habe. Wenn es dann Leute sind, die mich das erste Mal sehen, das ist eher ein bisschen komisch, weil dann denkt man sich, wie erzählt man das jetzt, dass man das auch vor 15 Jahren schon gemacht hat. Das kauft einem dann selten jemand ab. Ich glaube, Kommentare stören mich dann eher, wenn – ich kenne die Fälle halt, wo ich dann halt mit einem Bekannten, den ich aus dem Sportverein früher kannte – da waren wir dann irgendwie, da waren wir 17 und haben uns an einer Feier getroffen und er ist halt damals erst viel Downhill-Mountainbiken gegangen und ich bin halt damals, da waren wir in Schweden im Urlaub und da sind wir dann immer so Mountainbike-Rennen gefahren. Das war so Cross-Country, das heißt, da geht es halt hoch und runter, hoch und runter, aber es geht nie viel hoch und nie viel am Stück runter. Und dann reden wir darüber und dann so – ach du fährst das, da muss man ja nichts für können und so. Und das nervt dann wieder mehr, wenn man sowas hört. Und da habe ich auch ein bisschen gebraucht, um damit klarzukommen. Er, der dann selbst zwei Jahre später Rennrad fährt und die Sachen fährt, die ich damals schon gefahren habe, wo er sich vorher drüber lustig gemacht hat – das stört mich persönlich mehr.

I: Also eher der Vergleich, der dich da stört.

T10: Genau, genau, viel mehr, als wenn mir jemand sagt, dass ich einen Stereotypen erfülle.

I: Und würdest du sagen, du entscheidest eher spontan, was du machst, wie du dich ausdrückst und so dein Lebensstil gestaltest? Oder denkst du schon so über deine Außenwirkung nach und konzipierst das, reflektierst das, was du wie konsumierst, anzieht zeigt und was das auch nach außen hin vermittelt?

T10: Ja, schon. Aber dann eher, wenn ich in die Arbeit gehe, zum Beispiel.

I: Also zu Anlässen?

T10: Ja, in neuen Kontexten bei der Arbeit denke ich mir dann schon manchmal, dadurch, dass ich in der Bank, in der IT arbeite, ist es halt dann so – also obwohl das bei uns in der Abteilung eher entspannt ist, aber in Skater-Jeans würde ich mich dann trotzdem nicht wohlfühlen, wenn ich dann neben meinem 45-jährigen Kollegen sitze, der halt Familienvater

ist, der halt im Hemd kommt. Da denke ich mir, okay, das muss jetzt nicht unbedingt sein. Da kann man ein bisschen ernster sein. Und wenn ich jetzt zum Beispiel, das hatte ich das jetzt – also meinen Master mache ich ja in Tulln an der FH. Das ist eine rein technische Fakultät. Und ich habe ja jetzt ein Jahr vorher für den Master Kurse nachgeholt da, mit dem einen Bachelorstudiengang. Und das war dann auch manchmal so, als ich zum Beispiel einmal mit den Salomons im Labor stand, meinte einer so: ‚What a those?!‘ – also eh lustig, aber dadurch, dass dort auch viele dann aus ländlichen Regionen kommen und es im technischen Umfeld jetzt nicht so hochgestellt wird, überlege ich mir da dann tatsächlich schon manchmal so, okay, irgendwie muss man da jetzt nicht so dick auftragen, wie wenn man jetzt in Wien im siebten oder achten Bezirk rumläuft. Aber am Ende denke ich mir eigentlich nur so, ich ziehe das an, wo ich mich drin wohlfühle und wo ich jetzt nicht extrem auffalle. Also ich will halt nicht besonders auffallen. Ich mag es nicht im Mittelpunkt zu stehen.

I: Würdest du denn sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T10: Vermutlich schon, würde ich jetzt mal behaupten. So, eher so dieser Gorp-Core Ästhetik, Bubble. Nicht so, wie es halt teilweise – man sieht ja auf Instagram immer die Influencer, die sich ja sehr viel Gedanken darüber machen, wie sie ausschauen und was sie anziehen und die das natürlich auch manchmal sehr überspitzt darstellen. Weil sie vermutlich A ein bisschen mehr Geld haben und B weil ihnen ja auch viele Sachen zugeschickt werden, gehe ich jetzt mal davon aus. Wenn man dann aber draußen ist, also in der realen Welt, nicht online, dann sieht man ja, dass jetzt nicht so viele gibt, die jetzt genau so rumlaufen. Deswegen, wobei das ja in Großstädten dann mehr, aber im Großen und Ganzen, würde ich schon sagen, dass ich diesem Stereotyp oder dieser Bubble schon auf eine abgeschwächte Form entspreche.

I: Und würdest du sagen, dass das für dich eher so Ausdruck und Zugehörigkeit zu einer gewissen Bubble auch ist oder ist das für dich eher so ein Zusammensetzen aus Inspirationen deiner Interessen, die du eh schon hast?

T10: Ich glaube, es ist ein Mix aus beiden. Ich glaube, es sind Interessen, die ich eh schon habe und es sind Tendenzen, die man dann sieht und wo man dann sagt, okay, da ist eine Art, die machen das auch so und dann übernimmt man was von denen und dann nimmt man das so dazu. Also so würde ich das, glaube ich, eher sagen am Ende.

I: Das eine führt zum anderen irgendwo.

T10: Ja, genau.

I: Und was möchtest du mit deinem Stil ausdrücken oder erreichen, so für dich selbst oder gegenüber anderen?

T10: In erster Linie möchte ich mich erstmal wohlfühlen, indem ich es trage und mache. Wahrscheinlich will man auch, ja vermutlich will man auch – also auch wenn ich jetzt nicht auffallen möchte, es ist ja schon auch trotzdem ein bisschen eine Form von Selbstdarstellung, die man da betreibt. Zum Beispiel neulich, da sind wir an einem Blue-Tomato-Laden vorbeigelaufen. Ja, irgendwie, ich würde eigentlich gerne mal wieder eine neue Kappe kaufen, weil die andere ist – die hatte ich und die hat dann aber so, die sah so ein bisschen komisch so am Kopf, also die war ein bisschen höher als die jetzt und wenn dann die Haare länger geworden sind, dann sah das irgendwie so ein bisschen komisch aus, einfach ein bisschen unförmig. Das war halt irgendwie so ein bisschen so vom Gefühl her irgendwie nicht richtig.

Dann gab es eine neue Kappe, zum Glück auch reduziert, und vermutlich wird das auch so ein Ding sein, dass man sagt, man will sich wohlfühlen und man will, bei den kleinen Dingen, die anderen wahrscheinlich gar nicht auffallen, aber sich eben einfach wohlfühlen. Und am Ende ist es, glaube ich, auch so ein bisschen Selbstdarstellung, in dem man halt einfach gut aussehen will irgendwo. So einen lockeren, cleanen Look – man schafft es nicht immer, aber ich versuche es zumindest.

I: Das wäre auch die nächste Frage gewesen, welche Werte oder Vibes du gern verkörpern möchtest.

T10: Wahrscheinlich eher so was Entspannteres. Und vermutlich eher so in diese Links-Grün-Versiffte-Bubble wahrscheinlich.

I: Das ist ja auch ein Stichwort in den sozialen Medien.

T10: Ja das stimmt, sind dann ja auch politische, gesellschaftliche Werte.

I: Was bringt dich dazu, diese Dinge verkörpern zu wollen?

T10: Also aus der Gorp-Core-Bubble, auf der einen Seite, weil ich halt, ich gehe halt tatsächlich gerne Radfahren. Ich bin da halt auch dann durch meine Eltern oder durch meinen Vater dazu sozialisiert wurde. So ein Ding von früher war so, mein älterer Bruder ist gefahren und dann will man das auch und dann macht das irgendwie Spaß und dann irgendwie wird man gut drin, also ja, aber das ist ein bisschen, irgendwann kann man auch alles hinterfragen. Ich glaube A, weil ich es gerne mache und B, weil ich auch einfach glaube, dass es gut ist. Und ob das jetzt Rennradfahren ist oder das jetzt Fitnessstudio oder ob es ein anderer Sport ist, ist am Ende wahrscheinlich egal. Ich denke, ja, man bewegt sich und das ist gut für einen. Und eher in dieser linkeren, grünen Bubble, weil ich halt tatsächlich dahinterstehe und sage, ja, das ist sinnvoll.

I: Und hast du das Gefühl, dass sich so die Motivation, dein Leben ästhetisch zu gestalten im Laufe deines Lebens verändert hat? Hast du auch schon teilweise beantwortet mit Schule und so, aber vielleicht noch ergänzend?

T10: Ja, schon, doch schon. Also wenn ich mir auch zum Beispiel mein Kinderzimmer anschau und wie ich jetzt mein Zimmer einrichte. Jetzt hat man halt die Kontrolle drüber. Klar ist natürlich auch was anderes – das WG-Zimmer ist natürlich auch noch mal was anderes, weil man ja tatsächlich viel Zeit drin verbringt, weil man lernt da ja, man schläft da ja und verbringt da auch, weil wir jetzt in dem Fall kein Wohnzimmer haben, ist das halt auch so, wo man halt auch seine Zeit verbringt. Und inwiefern sich das in der Zukunft verändern würde, ist natürlich eine gute Frage. Ich glaube, es hat sich auch in letzten fünf Jahren vermutlich verändert, im Sinne, dass es sich halt ein bisschen weiterentwickelt hat. Wo man halt sagt – eher so im Sinne von: ah, dann war halt das Poster, das man cool fand, das hat man doch mit reingehängt, so solche Sachen – also nichts Dramatisches, aber es hat sich halt dann in eine ähnliche Richtung einfach weiter verändert.

I: Was man gerade so konsumiert: der Kontext wieder, in dem man sich bewegt.

T10: Genau, genau.

I: Gut. Das waren die Fragen, die ich fest vorbereitet habe. Hast du abschließend noch irgendwas, was dir so im Kopf geschwebt hat, wo du sagst: das passt voll, daran hast du gedacht oder was du noch sagen möchtest oder so?

T10: Da musste ich gerade noch dran denken: von einem Freund von mir, die Freundin, die hat Erasmus in Kopenhagen oder Göteborg gemacht, irgendwo in Skandinavien oben. Und da meinte er – wir waren zu dritt mal unterwegs und dann hat er sich so ein bisschen über sie lustig gemacht: in der Zeit, wo sie auf Erasmus war, da war sie voll das Skandi-Girl und hat sich voll so gekleidet und seitdem sie zurück ist, ist sie wieder das alte Sie.

I: Wie war das gelagert, das alte Sie? War es eher Hipster oder Gorp-Core oder Clean Girl?

T10: Es war schon noch so Skandi-lastig, aber so sehr subtil, also sehr wenig und so in dieses Hipster-Ding wieder zurück. Und ich fand das total lustig, weil das anscheinend schon so war, dass sie diese Skandi-Girl-Ästhetik für diese Zeit dort sehr, sehr verinnerlicht hatte. Also sie fand es in dem Moment nicht so lustig, wie ihr das gesagt wurde. Aber ich glaube, sie ist sich dessen schon bewusst.

I: Man fühlt sich ja ein bisschen ertappt auch.

T10: Schon, ja.

I: Super, danke dir!

T8 – Gorp Core – 26.08.

I: Ich werde das Thema noch einmal etwas einordnen. Wir haben das Thema bereits angesprochen, aber damit du nochmals eine Vorstellung davon bekommst, worum es geht: Soziale Medien beeinflussen unsere Lebenswelt und unseren ästhetischen Ausdruck – wie wir unser Leben gestalten, wie wir uns kleiden und so weiter. Das geschieht, weil soziale Medien visuelle Trends setzen, Stile weiterentwickeln und so visuelle Normen formen. Dies geschieht sowohl bewusst als auch unbewusst – wir nehmen es einfach auf, konsumieren es und passen es für uns an. Die visuellen Muster in den sozialen Medien entstehen nicht nur durch das, was

uns gegeben wird, sondern durch komplexe Wechselwirkungen der Partizipation. Wir können reagieren, Content erstellen, konsumieren und unseren Algorithmus weiter beeinflussen. Diese Muster, die wir dann eben präsentiert bekommen, wirken sich auf unser Selbstbild und unsere Identitätsentwicklung aus. Deshalb frage ich mich etwas, weshalb wir diese Stile in unseren Alltag integrieren. Weshalb wir Dinge wahrnehmen und sie letztlich übernehmen. Das Ziel dabei ist es, die dahinterstehende Motivation herauszuarbeiten, weshalb wir das eigentlich tun. Ist das nachvollziehbar?

T8: Okay, ja das ist super!

I: Es geht auch einfach wirklich um deine individuellen Meinungen, Empfindungen und Beobachtungen und du kannst einfach ganz frei erzählen, was in deinen Kopf kommt. Es gibt kein Richtig und kein Falsch. Toll wäre es, wenn du dich nochmal kurz mit Namen, Alter und Geschlecht vorstellen könntest.

T8: XXX, 21 Jahre, weiblich.

I: Super, toll! Weil es ja heute um soziale Medien geht, wäre es erstmal spannend zu wissen, welche Plattformen du so nutzt.

T8: Instagram, TikTok, Facebook nur in der Arbeit und Pinterest. Ah und Snapchat auch immer noch, Ich glaube, das wäre es, genau.

I: Okay. Und wie häufig nutzt du diese Plattform? Also zu welchen Tageszeiten und in welchen Kontexten?

T8: TikTok habe ich mir geschworen, dass ich es nur in der Arbeit nutze, weil sonst würde ich süchtig danach werden. Deswegen bin ich eigentlich hauptsächlich auf Instagram und das ist halt schon – ich weiß gar nicht, was meine Stunden am Tag sind, aber ich schätze mal selbst so drei Stunden am Tag auf Instagram. Einfach zum Erholen oder wenn es langweilig ist, einfach durchscrollen – ja, zwei bis drei Stunden, sagen wir mal so. Und Snapchat eigentlich nur den Tag über immer wieder, einfach deswegen, weil es ist richtig cool, also ich finde die Plattform auch richtig cool, weil man mit Freunden in Kontakt bleiben kann, obwohl

du die schon ewig nicht gesehen hast und du trotzdem irgendwie weißt, was die am Tag so machen. Das ist glaube ich auch der einzige Grund, warum ich eigentlich Snapchat noch habe. Genau, und Pinterest eigentlich nur selten. vielleicht so einmal in der Woche oder so. Oder gerade momentan häufiger, weil ich gerade so Wohnungsinspiration suche und so. Aber grundsätzlich auch wenig.

I: Okay. Und was bringt dich dazu, soziale Medien zu nutzen?

T8: Einfach irgendwie die Connection zu anderen Leuten haben. Inspiration. Egal, ob jetzt arbeitsmäßig oder im Privaten. Man findet immer irgendwas, wo man sich dann denkt, okay, das braucht man heute genauso, will man auch sein oder keine Ahnung – und so Unterhaltung natürlich.

I: Okay, gut. Ich habe dazu passend Nutzungsmotive aufgestellt, die du für dich einmal ordnen kannst, also was bei dir an erster Stelle kommt und was bei dir an vierter Stelle kommt. Ich würde die einmal nennen und dann kannst du ja vielleicht einmal sagen, das ist bei dir auf Platz 1, 2, 3 und 4. Das ist einmal Entertainment, also im Sinne von Entspannung, Ablenkung und Zeltvertreib, dann Informationsbeschaffung, also Orientierung, soziale Beobachtung und so, also nicht nur Informationen im Sinne von Nachrichten, sondern auch alles, was du so brauchst, um deine Umwelt zu verstehen, identitäre Beweggründe, also sowas wie Selbstkonzept, Selbstdarstellung oder der soziale Aspekt, also Freundschaften Zugehörigkeiten und so.

T8: Soziale Aspekte, glaube ich, würden auf Platz 1 bei mir sein, als zweites identitäre Beweggründe, dritter Platz dann Unterhaltung. Ich glaube, als letzter Platz, trotzdem die Informationsbeschaffung. Ich meine, man hat so seine Accounts, die Nachrichten pushen, die gerade so komplett neu sind und du kriegst schon viel mit, aber meine Beweggründe, glaube ich, halten sich trotzdem in dieser Reihenfolge.

I: Gut und welche Ästhetiken und Stile begegnen dir denn häufig, wenn du so auf den Plattformen unterwegs bist?

T8: Gibt es eine Hundeästhetik, weil momentan sind gerade so Hundevideos und Welpenvideos all over the place bei mir. Aber so Ästhetiken...

I: Eher so im Sinne von Kleidung und Einrichtung – Lebensstil und so.

T8: So Bauhaus-Stil, weil ich mein Zimmer, meine Wohnung einrichte und deswegen ist da gerade irgendwie so industrial und klare Linien, auch so Richtung Beleuchtungen. Also gerade ganz viel Wohnungsdekoration und Wohnungseinrichtung. Und Mode-Ästhetiken würde ich sagen...wie nennt man das so? GorpCore? So ein bisschen ein mix noch, gerade trage ich auch gerne Erdtöne.

I: Ich habe hier mal zwei Moodboards vorbereitet. Kannst du dich mit einem der beiden eher identifizieren?

T10: Ja das zweite [Gorp Core] eher würde ich sagen.

I: Okay, gut und gibt es generell bestimmte Trends und Stile, hast du damit zwar eben schon ein bisschen beantwortet, aber trotzdem, mit denen du dich besonders gut identifizieren kannst?

T10: Ja, so alles Richtung Fashion und Mode. Ich schaue mir so gerne so Fashion-Trends an oder generell bin ich so richtig in dieser Bubble drinnen. Bei mir ist es auch gerade so, dass der Algorithmus so absolut schnell ist. Jetzt habe ich gestern Abend Hunde-Videos geschaut und jetzt habe ich nur die Hunde-Videos. Deswegen ist es gerade bei mir wirklich so schnell und ich habe jetzt gerade keinen wirklichen durchgezogenen Feed, aber die Themen suche ich mir immer wieder. Also grundsätzlich sehr viel Fashion und dieses ganze Drumherum.

I: Was fasziniert dich denn so an den Fashion-Trends, die du siehst? Also was bringt dich dazu zu sagen: das möchte ich auch haben, wenn du bestimmte Teile siehst?

T8: Ich weiß genau, was mir passt, was zu meiner Persönlichkeit auch passt und teilweise habe ich auch diese Sachen schon hundertmal gesehen und denke mir so, boah, ich brauche das auch irgendwie – das kann ich mir so gut bei mir vorstellen. Und in die Richtung orientiert sich dann halt der Algorithmus irgendwie ein bisschen. Dann sehe ich nur Dinge, die ich eigentlich haben möchte. Und da kann man schnell arm werden.

I: Hast du Beispiele dafür? Bei welchen Teilen das zum Beispiel so war?

T8: Zum Beispiel bei Adidas war es so arg. Da waren die Adidas-Hosen im Kommen und Adidas-Jacken und ich habe es grundsätzlich schon immer cool gefunden, aber man hat nie daran gedacht, dass man das so stylen könnte. Niemand, glaube ich. Und dann sind die aufgekommen und dann war wirklich so in meinem Kopf: Adidas, Adidas, Adidas, ich will nur Adidas. Alles Adidas. Oder ich glaube, das war auch mit Cowboystiefeln so. Und jetzt liebe ich es so. Ich trage Winter und Sommer Cowboystiefel. Oder was war noch so? Diese Miu-Miu-Brillen zum Beispiel. Es gibt ganz viele so Sachen, wo man nie dran denkt. Wirklich, du denkst nicht dran und dann siehst du das und siehst das an coolen Leuten und dann ist es einfach cool. Und dann willst du es aber wirklich haben, um irgendwie selbst cool zu sein.

I: Ja, voll und wie sehr würdest du sagen, dass es deine Entscheidung ist, so Teile dieses Stils zu leben oder so auszudrücken?

T8: Es sind immer noch so, also es ist immer noch – ich bin immer noch diejenige, die es dann wirklich im letzten Schritt kauft, nach Überlegungen. Und ich muss sagen, in dem Moment, wo man das Ding kauft, und denke ich mir eigentlich immer, wow, jetzt habe ich es endlich, wie cool. Es passt einfach. Ich habe jetzt keinen Insta-Kauf bisher irgendwie bis jetzt bereut. Weil ich achte, wirklich dann so, wie soll ich sagen – ich überlege mir das gut und sehe die Pieces jeden Tag. Und ich denke mir dann so, das könnte wirklich zu mir passen. Dann kaufe ich es mal und das passt wirklich zu mir. Weil irgendwie hat mir Insta, also dieses ganze Social Media und Insta das hat irgendwie ja so richtig meine Persönlichkeit geprägt. Ich bin einfach die Person geworden, die ich jetzt bin. Einfach nur, weil ich durch Inspiration einfach auch sehr viel von meinem Stil kopiert habe.

I: Aber du würdest trotzdem sagen, dass du das bist, die das macht? Dass es zu dir geworden ist?

T8: Ja komplett. Ich war noch glaub ich noch so sehr ich, wie momentan.

I: Das ist doch eine schöne Aussage. Und gab es Momente, in denen du gemerkt hast, dass du dich wirklich stark von außen hast beeinflussen lassen und vielleicht auch, dass es so einen gewissen Druck gab?

T8: Schon, natürlich. Man sieht immer diese Supermodels und jetzt entwickelt sich gerade wieder alles so in Richtung ultra-skinny. Und so – das bin ich überhaupt nicht. Und manchmal in so Momenten will ich wirklich gern so richtig dünn sein und das kommt nur durch Social Media. Und so die letzten zwei, drei Jahre oder die letzten fünf Jahre war so alles mehr Richtung Body Positivity. Aber das ist jetzt gerade wieder so komplett im Rückgang. Jetzt siehst du in jeder Kampagne von irgendeiner High-End-Fashion-Brand so ultra dünne Mädels, wo so die Oberschenkel wirklich so schmal sind. Und es geht alles wieder in Richtung dieses Trends und das ist schon ein bisschen toxic gerade. Aber grundsätzlich habe ich nie so wirklich ein Problem mit mir selbst gehabt und ich habe nie so – irgendwie hat es mich nie so wirklich psychisch belastet. Ich war immer sehr stark im Kopf irgendwie und hab in die Richtung nie wirklich Probleme gehabt. Aber momentan denkt man schon so, okay, ja, irgendwie, man sieht nur dünne und super dünne Leute und irgendwie – jeder prahlt mit seiner Skinniness. So schlimm. Also das, und es wird glaub ich einfach nur immer schlimmer.

I: Total schlimm, da wurde ja auch schon rechtlich gegen vorgegangen.

T8: Ja, aber das ist momentan gerade wirklich so, das ist der Punkt, das ist schon so ein bisschen, da merke ich gerade selbst, dass ich teilweise denke, okay, keine Ahnung – dass man da gerne reinpassen würde. Ja. Und das sind einfach alles – wirklich du siehst Kleidungsstücke in so mini, dünnen großen Models. Und du denkst so, fuck, das sieht so cool aus. Aber du weißt auch innerlich, dass es bei dir nicht so cool und schön wird, weil du einfach nicht diesen Körperbau hast. Und das ist so crazy. Und das habe ich grad richtig oft.

I: Total ungut, aber ich verstehe es. Gibt es positiv gedacht, aber auch etwas an deiner Ästhetik, was dir an deinem Ausdruck oder Gefühl von Können oder von Kontrolle gibt, weil du das einfach gut kannst? Das kann jetzt in einen stilistischen Ausdruck gehen, das kann so

in Selbstsicherheit das Gefühl gehen. Es kann aber auch so in Richtung Sport gehen. Einfach Dinge, die du deswegen ausübst, die du aber auch einfach gut kannst.

T8: Ich finde es richtig gut und cool, die Kontrolle darüber zu haben, in welche Richtung du heute gehen möchtest, also was du heute anziehst. Entweder ich bin so richtig casual angezogen, wirklich mit dem Jogging-Look und ich bin trotzdem confident. Egal was ich an habe, ich bin irgendwie confident. Teilweise fühle ich mich professioneller, teilweise fühle ich mich sportlicher. Ich schaue jeden Tag darauf, wie ich mich gerade fühle und was ich dann passend dazu anziehe. Und so merkt man es dann, glaube ich – grundsätzlich habe ich immer ein großes Selbstbewusstsein. Sorry, ich rede wieder irgendwie, ich habe so viele Gedanken in meinem Kopf.

I: Ja, das ist ja gut. Einfach raus damit.

T8: Kannst du mal ganz kurz die Frage nochmal vorlesen?

I: Ob es etwas an deiner Ästhetik oder an deinem stilistischen Ausdruck gibt, was dir so das Gefühl von Kontrolle gibt oder einfach, dass du das tust, weil du es eh gut kannst und das einfach bestärkt oder ob du das eigentlich gar nicht so hast.

T8: Doch doch, das habe ich irgendwie schon. Ich glaube, das ist auch richtig gut an mir. Es ist mir komplett egal, wie ich irgendwie rausgehe. Ich weiß nicht, ob das deine Frage beantwortet.

I: Doch schon. Du hast das Gefühl, dass dein, also wenn ich es einmal wiederholen würde, wie ich dich jetzt verstanden habe, dass du das Gefühl hast, dass du deinen Stil so aufgestellt hast, dass du in dir sicher bist und dass alles, was du hast, was in deinem Kleiderschrank ist, dir irgendwie entspricht und dass du deswegen je nach Stimmung entscheiden kannst, was du anziehst und dass es dir trotzdem ein Gefühl von Selbstsicherheit gibt, aber eben gestützt durch den Ausdruck, den du dir kreiert hast.

T8: Stimmt. Ja, okay. Super, wow. Es ist richtig schwer, so Sachen zu wiederholen. Irgendwie habe ich momentan so eine kurze Aufnahmefähigkeit irgendwie und ja, egal.

I: Ich habe dich verstanden. Gibt es passend dazu etwas, worauf du besonders stolz bist, so in deinem Ausdruck wo du gerade so das Gefühl hast, das kannst du einfach besonders gut ausdrücken?

T8: Ja, früher habe ich mich irrsinnig schwergetan, dass ich mich nicht verstelle. Ich habe so unterschiedliche Freundesgruppen gehabt, Freundesgruppen die mehr Wert auf anderes gelegt haben und dann wieder Freundesgruppen die weniger auf das Wert gelegt haben und ich habe mich immer in diesen Freundesgruppen wirklich so komplett verstellt – hab mich immer total angepasst in diese Freundesgruppe. Entweder waren es so die Sportler, so die Leichtathleten, das war eigentlich eh so in dieser Zeit so wirklich ich selbst, also es war wirklich die oberste Priorität: Sport. Und dann gab es eben diese eher die Rich-Bitches und da habe ich mich auch immer so angepasst und geschaut, was ich anziehe. Ich war auf einer Privatschule und da hat immer jeder Wert darauf gelegt, was man anhat und welche Marke auf dem T-Shirt steht und so. Und ich habe mich da so angepasst und das habe ich so komplett fallen gelassen. Ich bin jetzt immer ich selbst. Und auf lege ich echt riesengroßen Wert, weil es ist mir egal, was andere denken über mich. Ich bin eben genug selbstbewusst, dass mir das alles komplett egal ist. Und das habe ich echt gelernt, vor allem wie ich nach Wien gezogen bin. Ich glaube, da bin ich wirklich zu dieser Person erst geworden.

I: Kannst du dir vorstellen, dass dein Algorithmus als Spiegel dessen, was du so konsumierst oder konsumieren möchtest dir dabei auch geholfen hat? Oder da so eine Symbiose entstanden ist?

T8: Ja, auf jeden Fall. Ich habe früher angezogen, was andere von mir verlangt haben. Und jetzt ist es wirklich so, dass ich mich selbst durch Social Media richtig gefunden habe. Ich habe verstanden, was ich will, was ich nicht will, was mir steht, was mir nicht steht, was mir irgendwie – was meine Persönlichkeit hervorbringt und nach vorne bringt. Und da hat mir Social Media und der Algorithmus auf jeden Fall richtig geholfen.

I: Voll gut, richtig positiv! Und glaubst du, du hättest dich auch in diese Richtung orientiert, wenn es niemand anderes getan hätte? Also, weil du ja auch mit den sozialen Medien trotzdem auch andere Menschen in deiner Bubble hast, die sich vielleicht ähnlich stylen.

T8: Wenn Social Media nicht gewesen wäre – nein ich glaube wirklich nicht. Oder wäre ich nicht nach Wien gezogen, glaube ich. Wien und Social Media, das sind die zwei ausschlaggebenden Punkte, weil Wien – wäre ich am Land geblieben, wäre ich vielleicht jetzt bei der Landjugend. Oder nein, wäre ich sicher nicht, aber das war nie ich. Aber Wien hat mir da schon extrem geholfen, weil dann habe ich echt so gesehen, wie sich Leute durch Kleidung zum Ausdruck bringen. Und wie crazy man eigentlich gehen kann. Wenn ich mit Cowboystiefeln durch meinen Ort am Land gehe, werde ich richtig dumm angeschaut und das hätte ich wahrscheinlich nicht gemacht. Ich wäre nie auf die Idee gekommen, dass ich im Winter oder im Sommer mit Cowboystiefeln herumlaufe. Ich glaube, am Land wäre ich ein bisschen engstirniger geblieben. Ja, die Kombination aus Wien und Social Media, war da ausschlaggebend.

I: Vielleicht auch, weil der Resonanzboden ein anderer ist in der Stadt.

T8: Ja, voll!

I: Gibt es Unterschiede zwischen dem, was du online zeigst, also den Output, den du so generierst, und dem, wie du offline bist oder was der Realität entspricht?

T8: Ich finde, so Fotos entsprechen nie so wirklich der Realität. Das ist auch der perfekte Winkel und das Foto ist super toll und man schaut sich das Foto hundertmal an und denkt so, wow, cool, heute ist ein guter Tag. Also grundsätzlich, versuche ich schon, so zu bleiben, wie ich eigentlich bin und dieses Verrückte kommt da auch manchmal raus. Vor allem mit meinen Engen-Freunde-Stories. Aber ja, grundsätzlich verstelle ich mich nicht wirklich.

I: Okay, super. Würdest du sagen, dass das Gefallen einer bestimmten Ästhetik auch beeinflusst, welche Aktivitäten du so in deiner Freizeit ausführst, auch mit Freunden und so?

T8: Ja, ich glaube, so ein Matcha-Girl bin ich trotzdem. Das ist auch schwierig geworden oder so Pilates zum Beispiel. Das ist einfach so ein Hobby, das kriegst du auf Social Media mit. Jeder ist super toll angezogen und irgendwie schaut es richtig cool aus, einfach so richtig cozy. Und nach dem Yoga dann so ein Matcha und das ist nur durch Social Media so populär geworden. Change my mind, aber das geht jedem so.

I: Da hast du einen Punkt. Spielen Likes, Views und Reaktionen auf deine Stories, Posts oder alles, was du so auf Social Media eben von dir zeigst, eine Rolle für dich oder macht das, was mit dir?

T8: Wenn mein Freund meine Story liked, dann ist mein Tag gerettet. Nein aber so grundsätzlich, es spielt keine Rolle, weil ich halt immer die Gefällt-mir-Angaben ausgestellt habe – weil so momentan die Likezahlen, die waren früher so viel höher. Wenn es wirklich so darum geht: früher hat man so Bilder gepostet und da waren halt so 700 Likes. Aber das macht ja auch keiner mehr.

I: Ja, es liked ja auch kaum mehr jemand Beiträge.

T8: Aber ich schalte es ja trotzdem aus und irgendwie in meinem Kopf spielt das anscheinend schon eine Rolle. Grundsätzlich würde ich jetzt sagen, so auf die Schnelle, dass mir das komplett egal ist, aber irgendwie unterbewusst stimmt das wahrscheinlich nicht ganz.

I: Okay. Und gibt es bestimmte Dinge, die dich generell motivieren, dich stilistisch ästhetisch weiterzuentwickeln?

T8: Ja, ich finde einfach, weil einfach immer wieder neue Trends aufkommen. Ich habe einfach so viel Motivation diese Trends irgendwie auf mich umzumünzen. Und das passiert halt immer wieder. Und es kommt ständig was Neues. Und das motiviert mich eigentlich. Deshalb bin ich gespannt, was im Herbst so in Mode ist und wie man es umsetzen kann – keine Ahnung, das ist wirklich, glaube ich, das, was mich immer so weiterbringt. Und es ist noch so viel Luft nach oben. Ja, so wie ich vorhin schon meinte, mich so zu stylen dass ich mich 100% jeden Tag wohlfühle. Weißt du, was meine?

I: Ja, verstehe ich. Sodass du deinen Stil noch weiter optimieren kann und noch cooler wirst. Würdest du sagen, dass du das für dich machst oder dass so die Außenwirkung da auch eine Rolle spielt?

T8: Die Außenwirkung natürlich auch, aber zum großen Teil, ich würde sagen, so – keine Ahnung, 60% für mich selbst und 40% für die Anderen. Ich glaube schon. Ich glaube, dass es

nicht wirklich weniger ist. Aber eher so unterbewusst. Aber man will halt irgendwie trotzdem reinpassen.

I: Ja man bewegt sich ja in einem sozialen Kontext irgendwo. Würdest du sagen, du entscheidest eher spontan, was du machst und wie du dich ausdrückst und stilistisch zeigst? Oder denkst du schon über eben diese Außenwirkung nach und konzipierst da schon eher, wie du dich zeigen möchtest, was du konsumierst wie du dich anziehst. Ist das eher strategisch oder intuitiv?

T8: Nein, das ist wirklich so intuitiv. Das beste Beispiel ist gerade zum Beispiel, bevor ich nach Marokko geflogen bin, haben mir zwei Freundinnen geschrieben: Oh mein Gott, was packt ihr ein? Ziehen wir uns am Abend schön an? Blablabla. Ich habe mal die Nachricht durchgelesen und war so – oh mein Gott, das ist euer Gewand zieht doch bitte an, was ihr anziehen wollt. Nehmt das mit, was ihr mitnehmen wollt. Aber ich bin echt so null die Person, die im Vorhinein plant. Ich schmeiße auch das in den Koffer rein, was ich momentan richtig gerne an habe, weil man denkt, okay, das passt da zum Wetter irgendwie. Und kombiniert dann einfach spontane Outfits. Aber ich bin jetzt nicht die, die jeden Tag, die ganze Woche Outfits plant und sich dann irgendwie hundertmal umzieht. Das bin ich einfach nicht. Ich weiß genau, wie ich mich an dem Tag fühle und was ich brauche. Zum Beispiel weiß ich so, ich will jetzt irgendwie nichts Großes oder Außergewöhnliches. Ich habe immer zum Beispiel immer dieses schwarze Hemd an, weil ich nicht weiß, was ich anziehen soll, weil es irgendwie so classy ist und dann mit so einer Adidas-Hose und dann passt es schon.

I: Würdest du sagen, du entsprichst einer bestimmten Ästhetik?

T8: Ja, die, die ich eben schon so ein bisschen beschrieben hab. Gorp Core ja, aber ich weiß nicht, ob das auch einfach die Herbstmode jetzt oder das Alter ist vielleicht, weil ich ja auch älter werde, aber gerade gefallen mir auch minimalistischere, figurbetonte Basics, die irgendwie richtig coole Figuren machen, also enge Teile, breite Schultern. Irgendwie bin gerade mehr auf Form aus, als auf irgendwie Muster oder irgendwie so übertrübermäßig. So die Kombination aus eher so classy und dann wieder so sportlich oder cool. So ein guter Mix.

I: Gibt es bestimmte Werte oder Vibes die du gerne verkörpern möchtest?

T8: Selbstsicherheit, Positivität, Selbstbestimmung – dass ich immer selbst danach gehen kann, wie ich mich heute fühle und was man an dem Tag tragen möchte, damit ich mich wohlfühle und gut in den Tag starte. Also ganz grundlegend – sich einfach wohlfühlen. Ich finde man sollte teilweise auch einfach mutig sein und Dinge kombinieren, die auf den ersten Blick einfach vielleicht nicht zusammenpassen, aber ja das Wichtigste ist einfach sich wohlfühlen, weil auch wenn enge Kleider cool ausschauen, weil an irgendeinem Zeitpunkt des Tages krieg ich sicher einen Blähbauch und fühle mich dann unwohl. Also einfach Dinge tragen, wo ich weiß, da fühle ich mich dann einfach den ganzen Tag wohl und ja – einfach Kleidung tragen, die dich selbst verkörpert, wo man sich nicht fühlt, als würde man sich selbst verstellen.

I: Damit hättest du die Frage, was dich dazu bringt, diese Dinge verkörpern zu wollen, damit glaub ich dann gleich mit beantwortet.

T8: Ja, ich hätte dem jetzt glaub ich auch nichts weiter hinzuzufügen.

I: Gut. Das waren die Fragen, die ich vorbereitet hatte. Hast du zum Schluss noch etwas, das dir durch den Kopf gegangen ist, was du noch gerne anmerken würdest?

T8: Nein, ich glaube nicht. Grad fällt mir nichts mehr ein.

I: Super, danke dir!