

Christian Schwarzenegger, Jakob Hörtnagl, Lena Erber

## Straffer Körper, gutes Leben? -

Fitnessinhalte auf Instagram zwischen Ideal und Selbst und deren Aneignung durch junge Frauen

### **Abstract (deutsch)**

Dieser Beitrag widmet sich der Aneignung von Fitness-Inhalten auf Instagram durch junge Frauen. Der Körper wird dabei als Ressource verstanden, in dessen gelungene Inszenierung junge Frauen online wie offline viel Zeit und Energie investieren. Plattformen wie Instagram, mit ihrem starken Fokus auf visuelle Darstellungen des Körpers, dienen nicht nur der individuellen Inszenierung und Identitätskonstruktion, sondern werden auch zu Vehikeln der Vermittlung von Normen, Orientierungsmustern und Idealvorstellungen erstrebenswerter Körperbilder. Mittels einer Kombination aus Bildanalyse populärer Instagram-Kanäle und Leitfadeninterviews mit jungen Nutzerinnen erkundet diese Studie, wie Körperbilder und -ideale in Social-Media-Kontexten ausgehandelt und angeeignet werden.

Die Ergebnisse unterstreichen die Annahme, dass die Bedeutung visueller Kommunikation im Lebenskontext der jungen Frauen prominent ist. In vielfältigen Aneignungsweisen zeigt sich die Rückbindung des Medienhandelns an persönliche Interessen im Fitness- und Lifestyle-Bereich. Partizipation in Interessensgemeinschaften dient der Reflexion von Idealvorstellungen und der Selbstvergewisserung in Bezug auf deren Verwirklichung. Dabei ist ein Trend zu beobachten, bei dem das Ideal des schlanken um das Ideal des leistungsfähigen Körpers ergänzt wird. Über Medienpraktiken eröffnen sich Vergleichshorizonte, innerhalb derer auch negative Gefühle und die normierenden Konsequenzen im Umgang mit Körperidealen virulent werden. Dies verlangt Fähigkeiten der kritischen Reflexion eigener Bedürfnisse, gerade auch vor dem Hintergrund professionalisierter und kommerzialisierter Inszenierungen auf sozialen Medienplattformen. Auch wo unrealistische Darstellungen als solche erkannt und entlarvt werden (media literacy), bleibt das eigene Medienhandeln (doing media) davon jedoch unbeeinflusst.

### **Abstract (englisch)**

This study explores young women's appropriation of fitness-content on Instagram. The body is here understood as an important resource for individual identity politics. In this context, social media platforms like Instagram, with its strong focus on visual depictions of the body, not only provide the means to share one's own body-related content in a personalized network, they also serve as vehicles to provide imaginaries and transport norms and ideals. From a non-media-centric

perspective, this study uses in-depth interviews to explore the negotiation of body-ideals in the context of the informants everyday. First, an analysis of popular fitness related Instagram-channels has been conducted to identify prevalent norms and conceptions of beauty, fitness and a good life as well as visual strategies. These findings were used to inform development of the topic guide.

The interviews underline the assumption of an increased relevance of visual communication in the life of young women. The different ways of appropriation emphasize the link between media-related and non-media related practices in the field of fitness and lifestyle. We encounter a trend, where being slim is complemented by the ideal of the athletic body. Media-practice opens up opportunities for constant comparison bringing about a need to reflect, adapt to or challenge normalizing consequences of media imaginaries. This demands for critically reflection, both regarding individual needs and commodification of social media content. We could, however, identify a discrepancy between literacy and doing: Even when the authenticity of pictures was questioned in terms of literacy, this would not necessarily effect doing and the unauthentic visuals could still be idealized.

*Maria Schreiber; Gerit Götzenbrucker: Körperbilder - Plattformbilder? Bildpraktiken und visuelle Kommunikation auf Social Media. In: Elke Grittmann; Katharina Lobinger; Irene Neverla; Monika Pater (Hrsg.): Körperbilder - Körperpraktiken. Visualisierung und Vergeschlechtlichung von Körpern in Medienkulturen. Köln [Herbert von Halem Verlag] 2018, S. 102-146*

---

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft  
mbH & Co. KG  
Schanzenstr. 22  
51063 Köln

Fon: +49 (0) 221 9258 29-0  
Fax: +49 (0) 221 9258 29-29

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

<https://www.halem-verlag.de>