

Multimodalität in sozialen Netzwerken:



Gliederung

1

Allgemeiner Überblick

2

Die Instagram Community und ihre Sprache

3

Instagram für Unternehmen

4

Quellen

1. Allgemeiner Überblick



Definition:

„Instagram ist eine kostenlose und speziell für Smartphones entwickelte mobile Foto- und Video Sharing-Applikation, mit der Nutzer Fotos und Videos einfach erstellen, bearbeiten und anschließend im Internet sowohl mit der Instagram Community als auch weiteren Social-Media-Kanälen oder via E-Mail teilen können.“



Herkunft und Entwicklung:

- Kevin Systrom und Mike Krieger
- Launch: 06.10.2010
- Prototyp „Burbn“
- Instagram = instant + telegram
- 2012 Übernahme durch Facebook
- zahlreiche Erweiterungen:
 - Instagram Direct
 - Videofunktion
 - Markieren von Personen auf Fotos



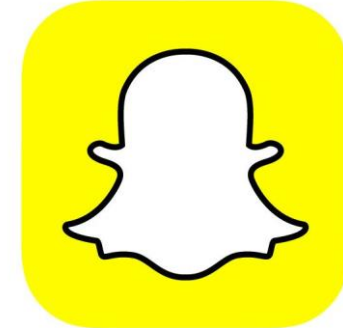
Abgrenzung zu anderen Bild- und Video-Netzwerken:



Pinterest



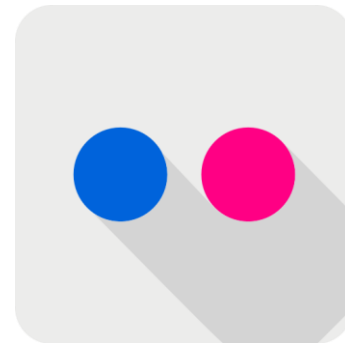
Vine



SnapChat



Tumblr



Flickr

Aktuelle Reichweite, Nutzer*innenstruktur und Nutzer*innenverhalten:

- aktuell über 200 Millionen registrierte Nutzer*innen weltweit
- davon 68% Frauen
- Großteil der Nutzer*innen zwischen 14 - 29 Jahren
- Marketing-Tool für werbetreibende Unternehmen
- Stars, Prominente, Politiker*innen, Institutionen, Influencer*innen



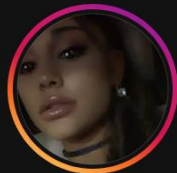
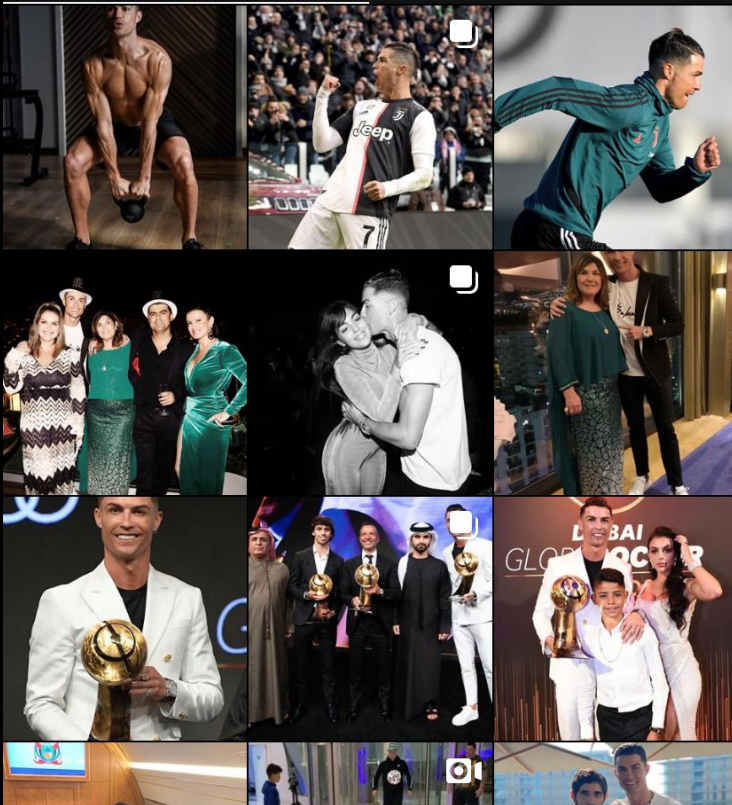
2.740 Beiträge 197 Mio. Abonnenten 445 Abonniert

Cristiano Ronaldo

www.cristianoronaldo.com

Abonniert von natalicadena8, torocsik_daniel und 3 weiteren Personen

Folgen Nachricht



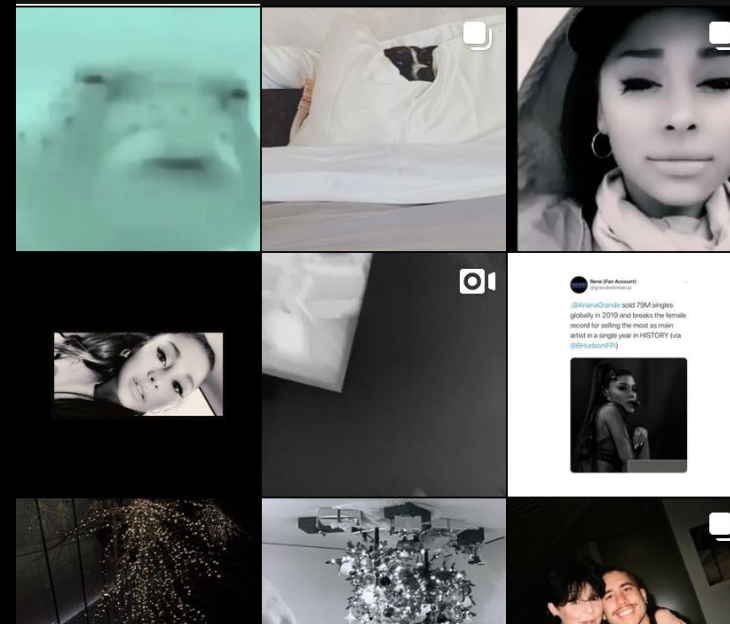
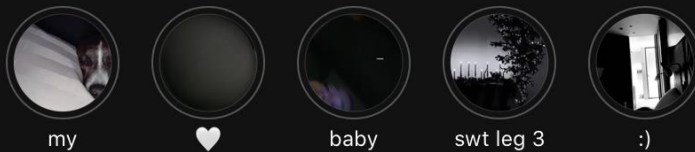
4.472 Beiträge 171 Mio. Abonnenten 991 Abonniert

Ariana Grande

arianagrande.lnk.to/swtlive

Abonniert von naomijon, billieeilish und 10 weiteren Personen

Folgen Nachricht



4.730 Beiträge 167 Mio. Abonnenten 341 Abonniert

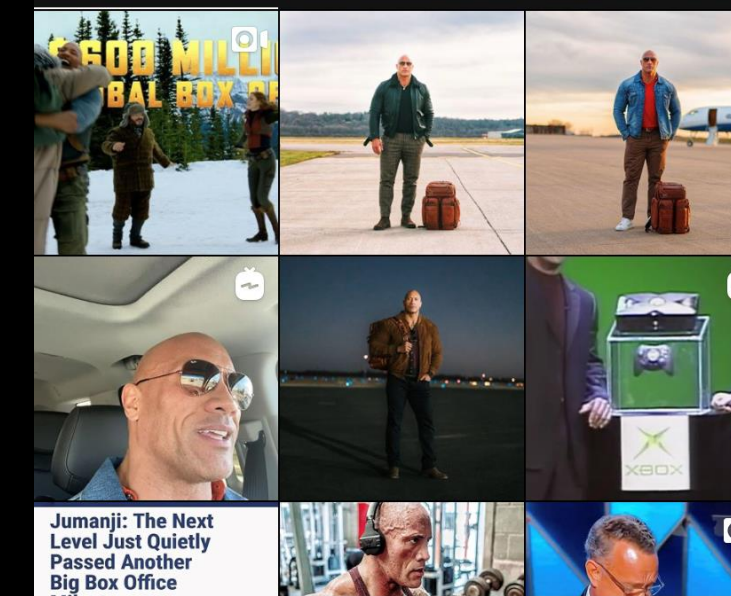
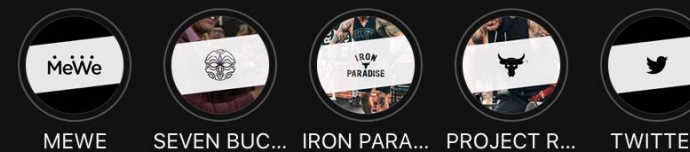
therock

mana. gratitude. tequila.

tickets.jumanjmovie.com

Abonniert von jacob, iansomerhalder und 3 weiteren Personen

Folgen Nachricht







2. Die Instagram Community und ihre Sprache

Benutzername:

- Vorname und/oder Nachname:
 - erweitert durch Zahlen (*Marie87*)
 - erweitert durch Personencharakterisierung (*Imke Teeny*)
 - Witzige Verbindungen (*Halsweh Jo*)
- Nutzung von Sonderzeichen
- Spitznamen (*jule_24*)
- eigene Vorlieben einbauen (*Hanna.Bieber*)
- auf ein Thema bei Instagram spezialisieren
- Fremdwörter
- neuen Namen erfinden


sarellax3  [Folgen](#)  ...

578 Beiträge 1,3m Abonnenten 185 abonniert

Sarah lombardi

julixn_2301 [Abonniert](#)  ...

16 Beiträge 729 Abonnenten 723 abonniert

lisa_fitnessdiary [Abonniert](#)  ...

920 Beiträge 121k Abonnenten 202 abonniert

fruehlingszwiebel_ [Abonniert](#)  ...

916 Beiträge 137k Abonnenten 171 abonniert

Hashtags:

- jedes Wort oder jede Phrase kann in ein funktionierendes Hashtag umgewandelt werden

Hashtagarten:

- Branded Hashtags
 - werden von Marken in Umlauf gebracht
 - z. B. **#weltravelled**, **#haveabreak**, **#justdoit**
- Community Hashtags
 - widmen sich speziellen Themen
 - z. B. **#welovedresden**, **#lifeisgood**, **#photooftheday**



<https://allfacebook.de/instagram/hashtag-funktion>

Hashtags:



#schupfnudeln #einepfanne #onepan #vegetarisch #veggie #eatwithsarahrezept #schnellundeinfach #waskocheichheute #schnellesessen #meinww #mamablogger #mamablogger_de #wwdeutschland #wwyourway #kalorienzählen #rezeptefürkinder #familienessen #kochenmitkindern #einfacherezepte #abnehmtagebuch #kaloriendefizit #abnehmen #abnehmen2019 #kitakoch

Hashtags:



#dregold #teamGold

#BeASmartOne #BrushAsYouAre #Playbrush
#teamPlaybrush #zähne #zähneputzen
#zähneputzennichtvergessen #weissezähne
#gesundleben #zahnvorsorge #smartone
#schallzahnbürste

Alle 44 Kommentare ansehen

Hashtags:



sarah.harrison.official ☕☕☕
#coffeelover #goodmorning #teamharrison
#startyourdayright

Alle 315 Kommentare ansehen

Schriftsprache:

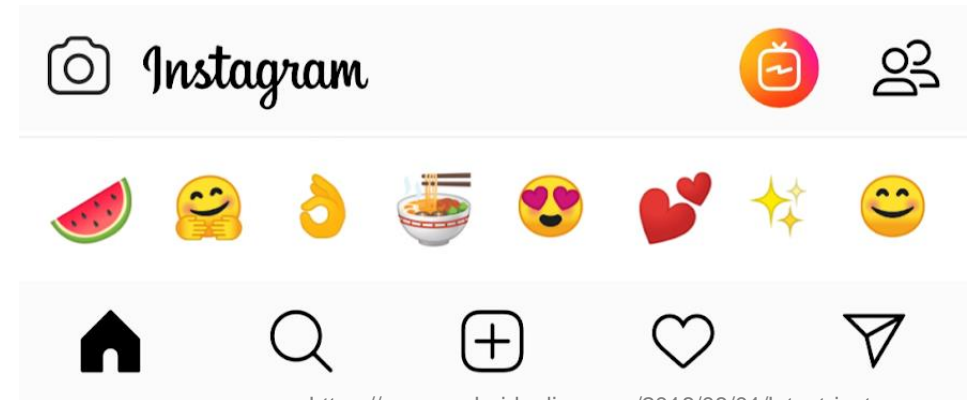
Emojis

- Bildschriftzeichen in Form von Piktogrammen

Emoticons:

- die wichtigsten Emoticons bzw. die Basiszeichen:

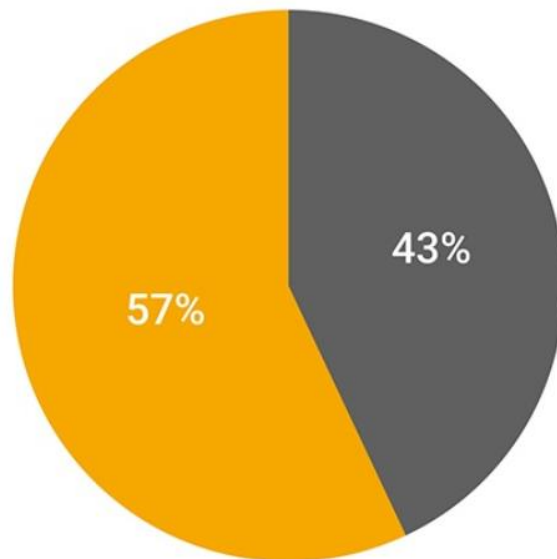
:-) :-(- ;-) :-D XD :/ ^^ :-* etc.



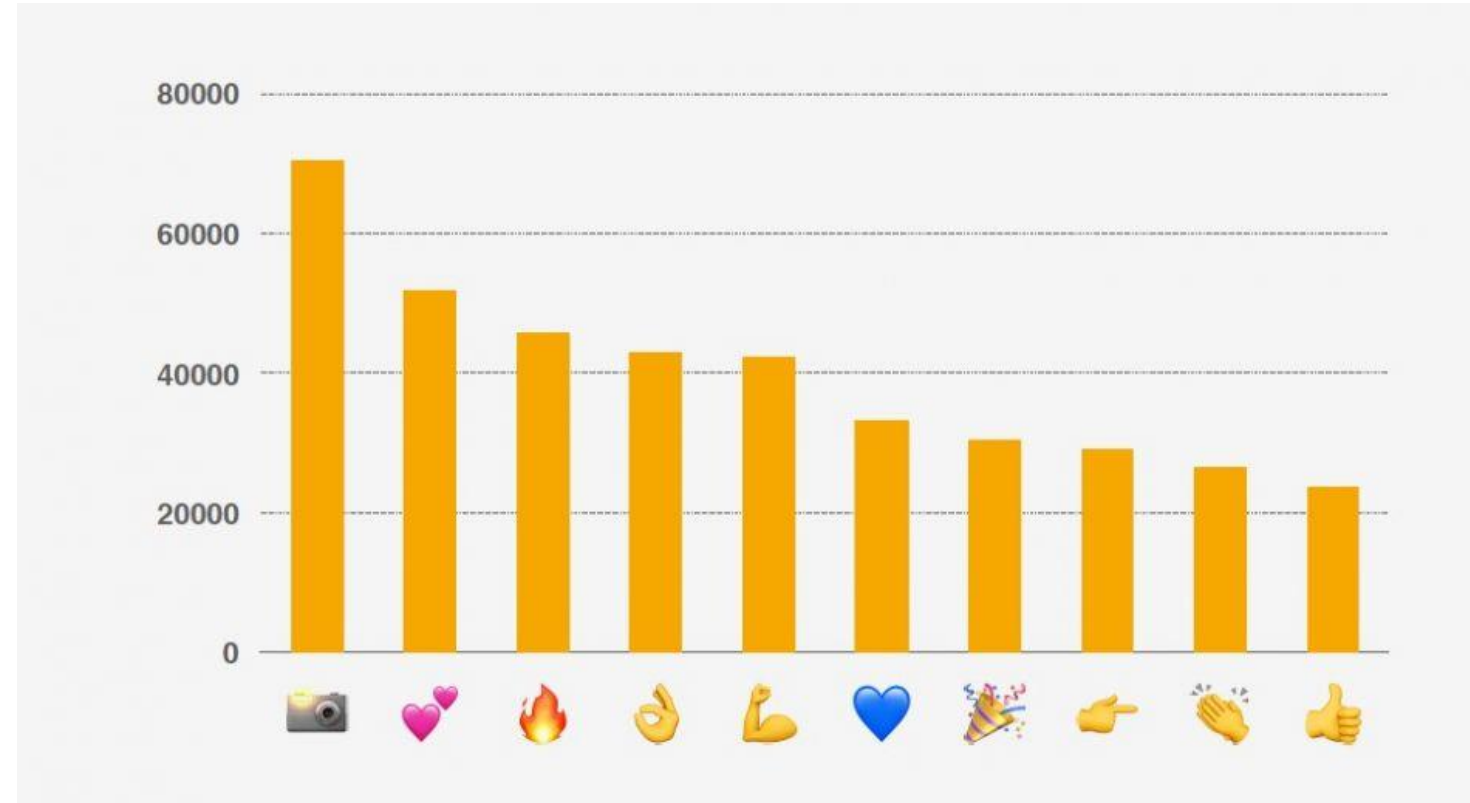
<https://www.androidpolice.com/2018/08/01/latest-instagram-tests-swap-dm-profile-tab-positions-add-quick-emoji-access-comments/>

Schriftsprache:

📷 Use of Emojis of All Analyzed Profiles



- Instagram profiles using emojis
- Profiles not using emojis



<https://www.quintly.com/blog/instagram-emoji-study>

Schriftsprache:

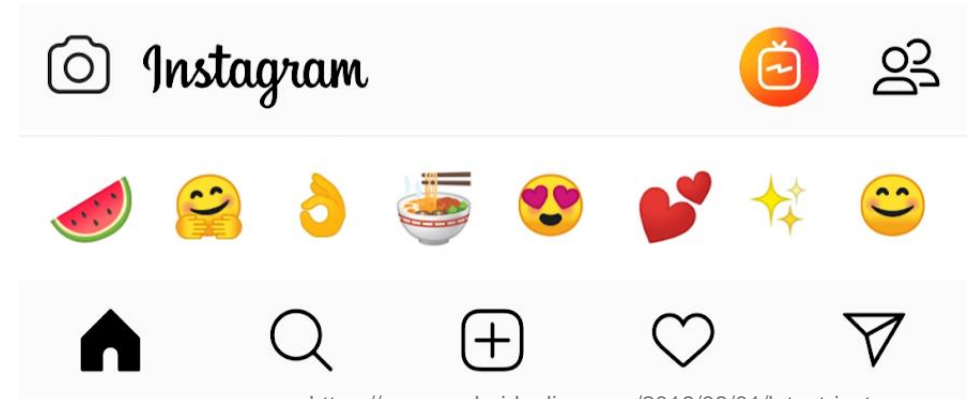
Emojis

- Bildschriftzeichen in Form von Piktogrammen

Emoticons:

- die wichtigsten Emoticons bzw. die Basiszeichen:

:-) :-(- ;-) :-D XD :/ ^^ :-* etc.



<https://www.androidpolice.com/2018/08/01/latest-instagram-tests-swap-dm-profile-tab-positions-add-quick-emoji-access-comments/>

Schriftsprache:

Asterisk-Ausdrücke:

- unflektierte Verbstämme zwischen Asteriske gesetzt
- *grins*, *freu*, *sosag*, *starknachdenk*,
fiesfind, *frechgrins*

Akronyme

- aus den Anfangsbuchstaben mehrerer Wörter gebildete Kurzworte
- lol; hdl; lg; btw; omg; wtf; sry; thx



<https://blogs.systweak.com/how-to-initiate-video-or-audio-chat-via-instagram-direct-messages/>



Gefällt 8 Mal

fussballinguist OMG 😱

8. Dezember 2019



Gefällt  und 160 weiteren
Personen

endlose liebe für dieses land.

Alle 8 Kommentare ansehen



Gefällt an  und 113 weiteren
Personen

atlantikvermissung.

Alle 5 Kommentare ansehen

Stilistische Differenzierung:

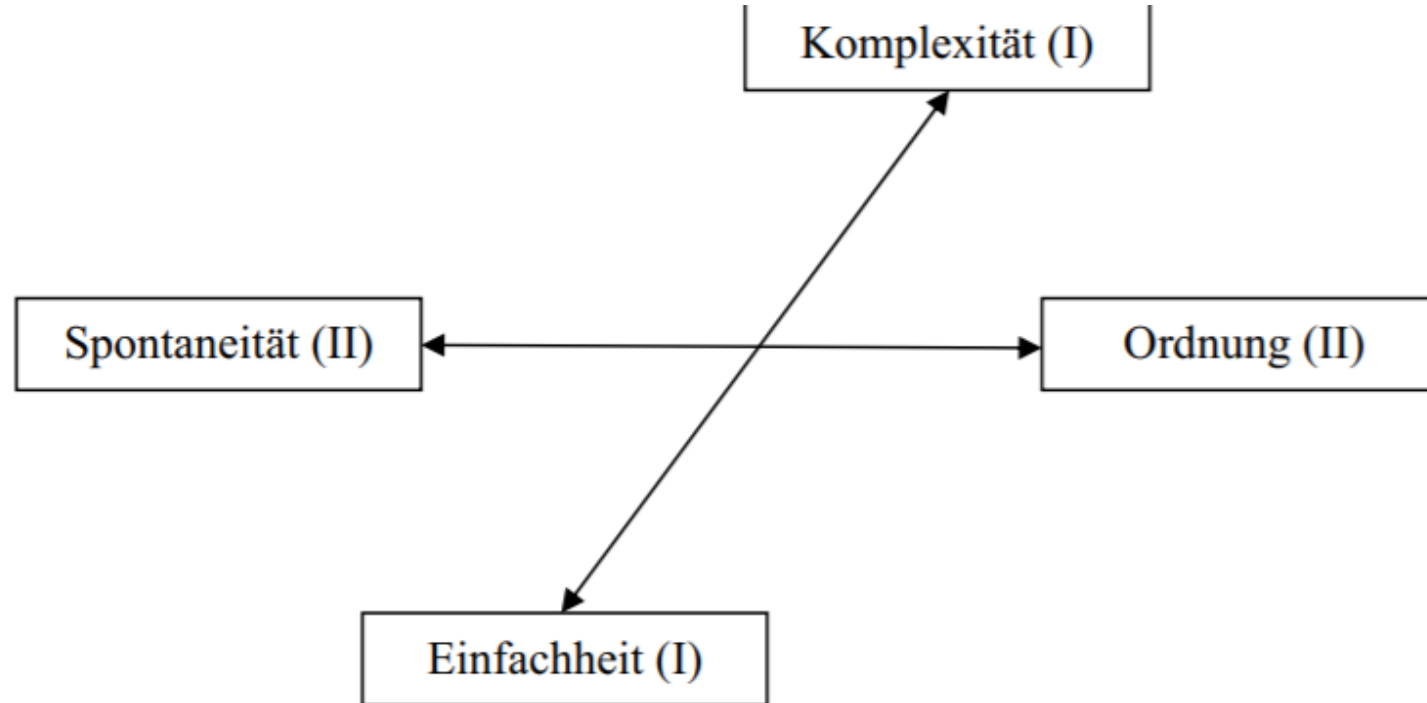
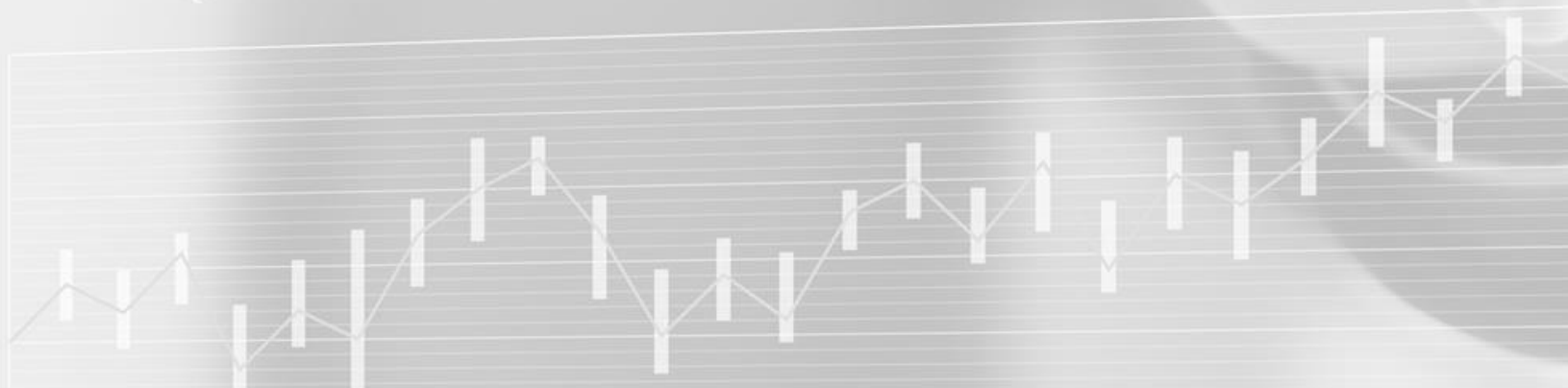


Abb. 1: Schema „Polarität der Stile“ nach SCHULZE (2005: 255). Dimension I bildet die Differenziertheit, Dimension II die Reguliertheit (sprachlicher) Handlungen ab.

86%

62%

3. Instagram für Unternehmen



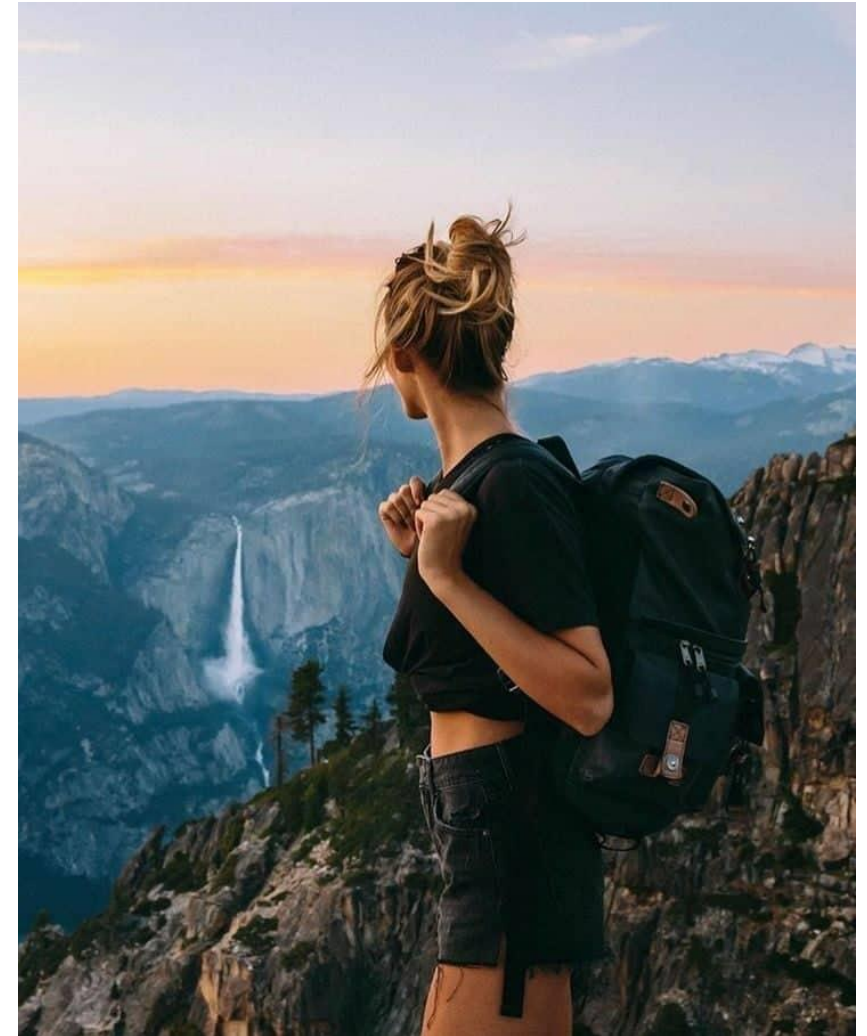
Bildsprache:

- „optisches Zeitalter“ —→ Dominanz Bilder löst Sprache ab
- Bilder als Visiotypen (=Stereotypen auf Bildebene) sollen Allgemeinverständnis garantieren

„Gefördert und gefordert wird immer ausschließlicher die Dominanz des Bildes, wobei die Regel gilt, daß der Bildanteil und die Bildintensität desto höher sind, je jünger das Medium.“ (Straßner 2012: 1-2)

Bilder:

- Momentaufnahmen
- repräsentieren Gegenstand/Sachverhalt
- visualisieren Ideen, Pläne und Wünsche



Bilder:

- Momentaufnahmen
- repräsentieren Gegenstand/Sachverhalt
- visualisieren Ideen, Pläne und Wünsche
- können Emotionen ausdrücken



<https://www.loveee.de/singleleben/tipps-gegen-liebeskummer/>

Bilder:

- Momentaufnahmen
- repräsentieren Gegenstand/
Sachverhalt
- visualisieren Ideen, Pläne und
Wünsche
- können Emotionen ausdrücken
- Darstellung von Facetten, die
Blickwinkel überschreiten



<https://www.panoramatours.com/de/salzburg/tour/tour-1b-panorama-stadtrundfahrt-541/>

Bilder:

- Momentaufnahmen
- repräsentieren Gegenstand/Sachverhalt
- visualisieren Ideen, Pläne und Wünsche
- können Emotionen ausdrücken
- Darstellung von Facetten, die Blickwinkel überschreiten
- verfälschte Perspektiven möglich



Bilder:

Gustav Le Bon (1873):

„Die Massen können nur in Bildern denken und lassen sich nur durch Bilder beeinflussen. Nur diese schrecken oder verführen sie und werden zu Ursachen ihrer Taten.“
(Gustav Le Bon in Straßner 2012: 14)

Bild-Text-Kombinationen:



[https://de.wikipedia.org/wiki/Frauenkirche_\(Dresden\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Frauenkirche_(Dresden))



https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:S%E2%80%99Albufera_Lagune.JPG

Bild-Text-Kombinationen:

- von Bildern ausgehende Informationen nicht immer eindeutig
- Begleittext, um Eindeutigkeit herzustellen



Bild-Text-Kombinationen:

- von Bildern ausgehende Informationen nicht immer eindeutig
- Begleittext/Hashtags, um Eindeutigkeit herzustellen

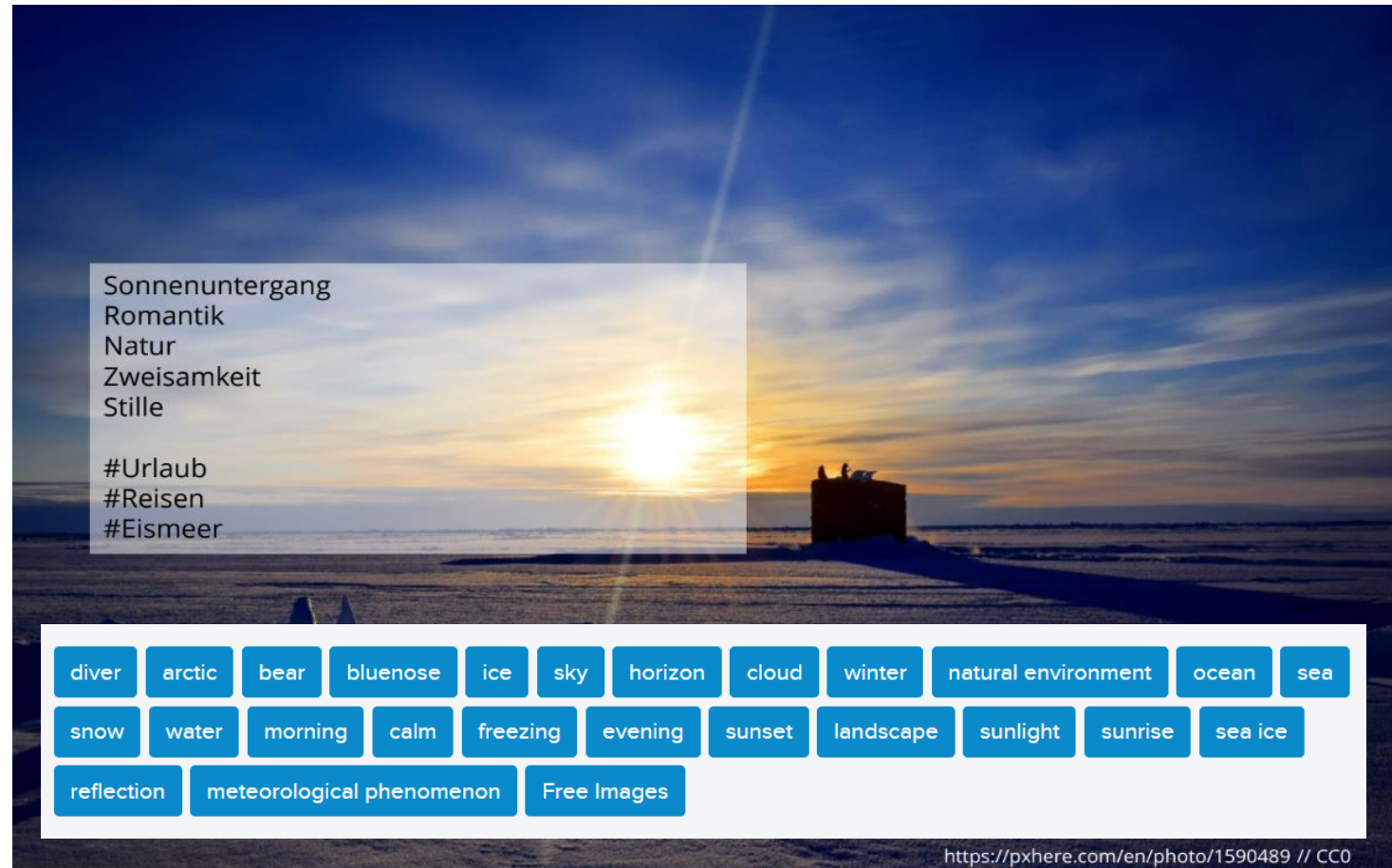
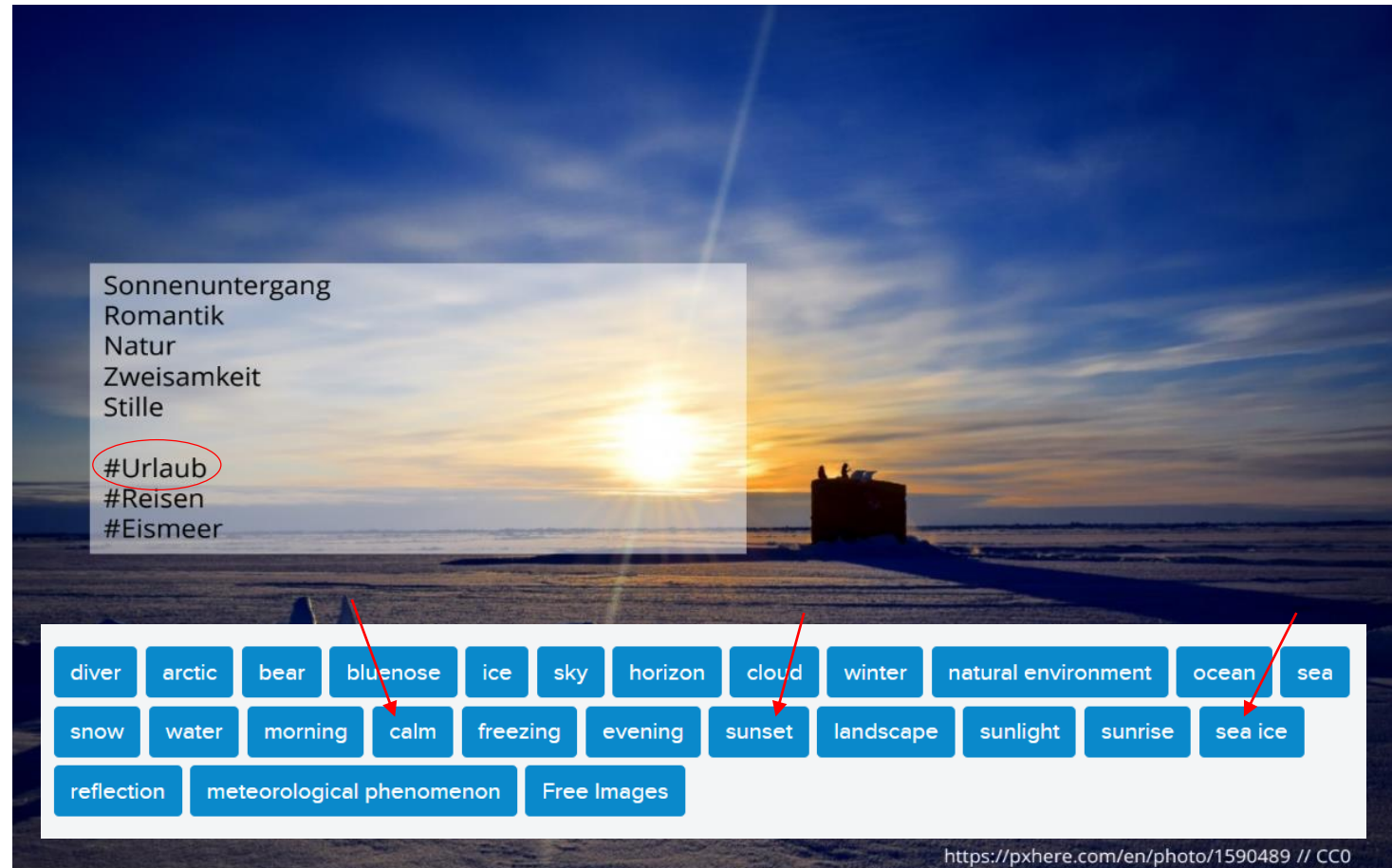


Bild-Text-Kombinationen:

- von Bildern ausgehende Informationen nicht immer eindeutig
- Begleittext/Hashtags, um Eindeutigkeit herzustellen



Instagram für Unternehmen:

- Bilder gutes Werbemittel
- Bilder, Videos und Stories selbst gestalten und Zuschauer_innen emotional ansprechen
- „magische Kraft“ der Bilder nutzen, um Menschen zum Konsumieren anzuregen
- Engagement der Instagramuser ersetzt Viralität

Instagram für Unternehmen:

- Instagram besitzt keine direkte Shopping-Funktion
- Werbung verselbständigt sich durch User in Kommentaren
- einfache Marktforschung
- einfaches Kommunizieren mit Nutzer*innen möglich
- Instagram-Story-Funktion = gut, um Nähe herzustellen



The screenshot shows the Instagram profile for 'globetrotterde', which is a verified account. The profile picture is a green silhouette of a bear. The statistics show 1.400 posts, 39.3 thousand followers, and 616 followers. The bio identifies the account as 'Globetrotter Ausrüstung DE' (a clothing business) and provides a link to a page with all Instagram links.

← globetrotterde ✓



1.400 Beiträge **39,3 T...** Abonnent... **616** Abonniert

Globetrotter Ausrüstung DE 🌱
Bekleidungsgeschäft

Auf zu neuen Horizonten! Offizieller IG für Globetrotter Ausrüstung ↑ Inspirationsquelle für #neuehorizonte mit der richtigen Ausrüstung 🌲 Alle Links:

www.globetrotter.de/magazin/instagram-links/

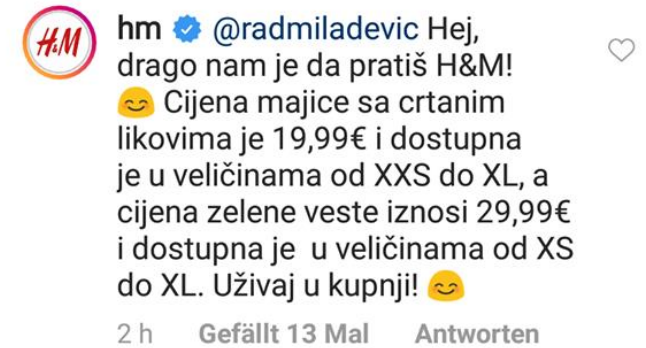
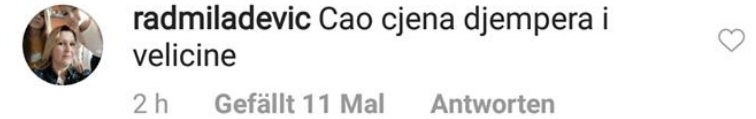
Instagram für Unternehmen:

- Instagram besitzt keine direkte Shopping-Funktion
- Werbung verselbständigt sich durch User in Kommentaren
- einfache Marktforschung
- einfaches Kommunizieren mit Nutzer*innen möglich
- Instagram-Story-Funktion = gut, um Nähe herzustellen

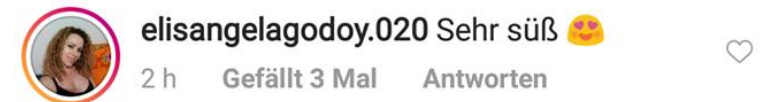


Instagram für Unternehmen:

- Instagram besitzt keine direkte Shopping-Funktion
- Werbung verselbständigt sich durch User in Kommentaren
- einfache Marktforschung
- einfaches Kommunizieren mit Nutzer*innen möglich
- Instagram-Story-Funktion = gut, um Nähe herzustellen



— Weitere Antworten ansehen (1)

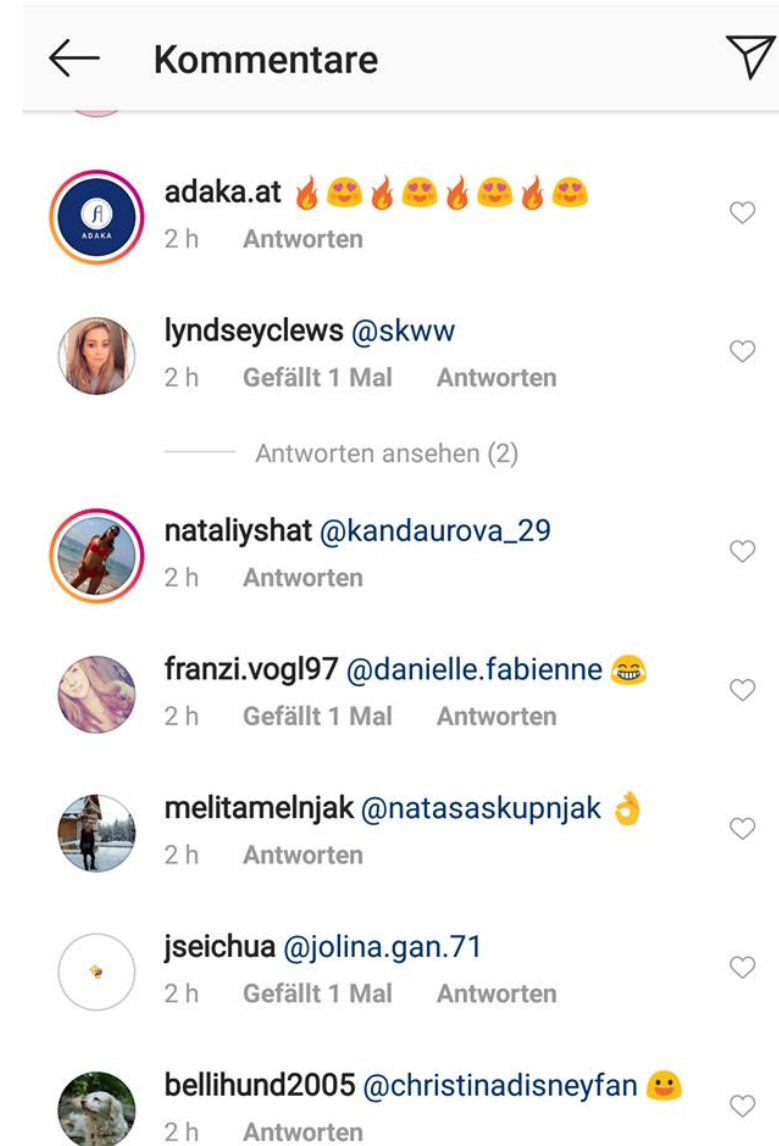


— Antworten verbergen



Instagram für Unternehmen:

- Instagram besitzt keine direkte Shopping-Funktion
- Werbung verselbständigt sich durch User in Kommentaren
- einfache Marktforschung
- einfaches Kommunizieren mit Nutzer*innen möglich
- Instagram-Story-Funktion = gut, um Nähe herzustellen



Instagram für Unternehmen:

Influencer Targeting:

- Popularität und Kreativität von Instagrammern/Stars nutzen, um Reichweite zu erhöhen



Instagram für Unternehmen:

Influencer Targeting:

- Popularität und Kreativität von Instagrammern/ Stars nutzen, um Reichweite zu erhöhen

The screenshot displays the INFLUENCER.DB website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Instagram username or URL' and a search button labeled 'ANALYZE!'. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Instagram', 'Blog', 'Youtube', 'Facebook', 'Twitter', 'Google+', and 'Pinterest'. The main content area shows a grid of influencer profiles. Each profile includes a profile picture, the influencer's name, and a set of statistics: a follower count, a percentage change in followers, and an engagement rate. The influencers shown are DEBIFLUE, LISAMARIE_SCHIFFNER, DIE.KIM, SILSICHEN, ANDYSURYANDI, LILINOVAMODEL, AYLIN_KOENIG, and LACKFEIN. The left sidebar contains filters for 'SORT BY' (Score, Follower, Follower growth 4 weeks), 'VALUE PER POST' (all, 50\$, 150\$, 250\$, 500\$, 1000\$, 2500\$, custom value), 'INSTAGRAM FOLLOWER' (min, max), 'LOCATION' (Country), and 'CATEGORIES' (Beauty, Fashion, Food, Lifestyle, Sport & Fitness).

Instagram für Unternehmen:

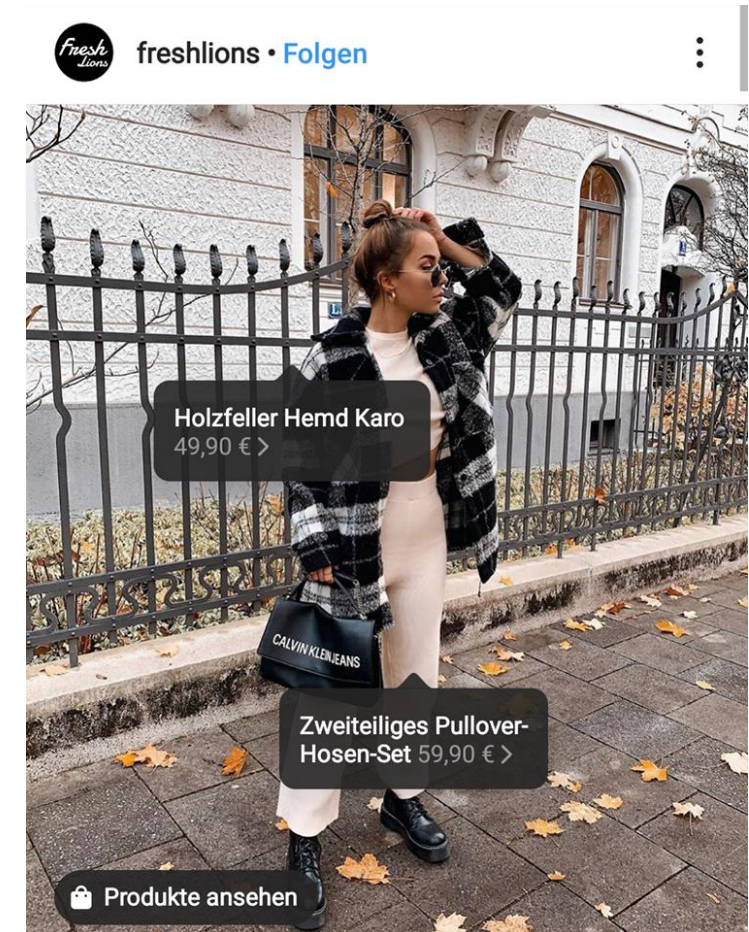
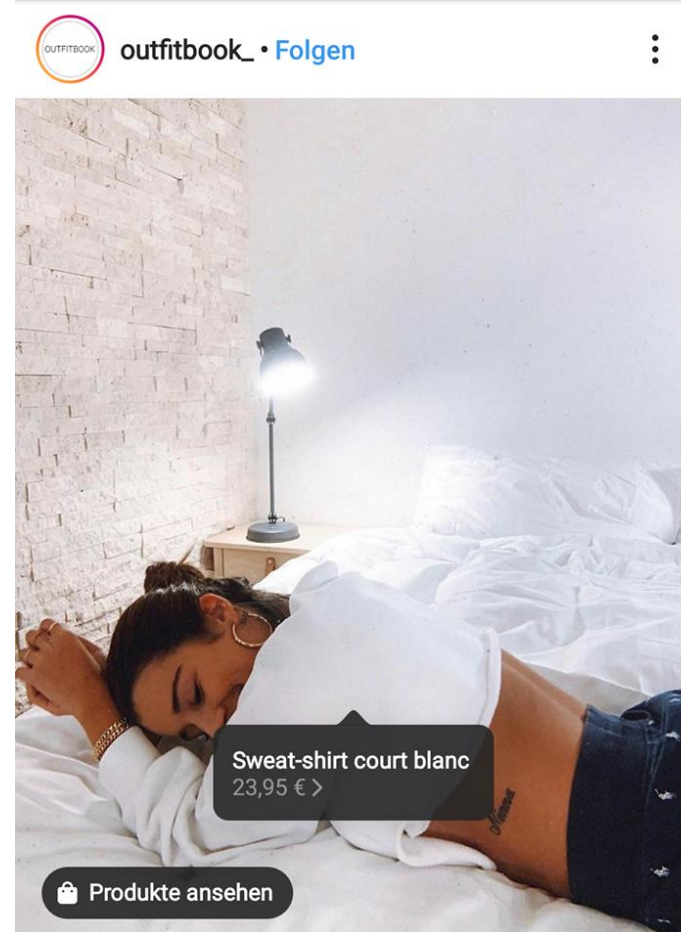
- durch verschiedene Instagrammer wechseln sich Motive ab (= wichtig)
- Nachrichtengehalt eines Bildes ist schnell erschöpft

weitere Vorteile:

- direkte Kontaktaufnahme mit potentiellen Käufern
- Verknüpfungsmöglichkeit mit anderen sozialen Netzwerken
- Nutzung für klassische Werbekampagnen
- Schalten von Rabattaktionen, Gewinnspielen und Wettbewerben

Instagram für Unternehmen:

- „Shop-Funktion“: Bild → Weiterleitung zu Website → Produkte nachkaufen



Instagram für Unternehmen:

Zusammenfassung:

- ✓ große internationale Reichweite, da nicht zwangsweise sprachgebunden
- ✓ einfache Handhabung
- ✓ Marktforschung
- ✓ einfache Herstellung von Nähe
- ✓ Stories
- ✓ kostenlos
- ✓ Business Account

Quellen:

Bildquellen:

<https://icon-icons.com/de/symbol/social-media-pinterest-square/83060>

https://www.iconfinder.com/icons/342659/vine_icon

<https://www.pinterest.de/pin/165648092524392117/?lp=true>

https://www.iconfinder.com/icons/341110/tumblr_icon

<https://icon-icons.com/de/symbol/flickr/53601>

<https://www.industr.com/de/haeufig-gestellte-fragen-zu-asi-2384411>

<https://stellenmarkt.faz.net/karriere-lounge/fuehrung/digitalisierung-stellt-die-unternehmen-auf-den-kopf/>

<https://www.elegantthemes.com/blog/marketing/best-time-to-post-on-instagram>



Quellen:

Literaturquellen:

Albert, Georg (2013): Lebensstile und Sprachverwendungen in Chat und Forum. In: Innovative Schriftlichkeit in digitalen Texten: syntaktische Variation und stilistische Differenzierung in Chat und Forum. Berlin: Akademie Verlag.

Bauer, Tina (2019): Für die perfekte Reichweite: Das sind die aktuellen Top Hashtags auf Instagram

<https://onlinemarketing.de/news/instagram-hacks-top-hashtags> (letzter Zugriff: 14.01.2020).

Kristina Kobilke (2014): *Erfolgreich mit Instagram. Mehr Aufmerksamkeit mit Fotos & Videos*. Bonn: mitp.

Maier-Borst, Haluka (2015): Der :-) war gestern. Hunderte digitale Hieroglyphen sollen unsere Schriftsprache verjüngen. Echt jetzt?
<https://www.zeit.de/2015/19/emojis-smartphone-technik-kommunikation/seite-2>
(letzter Zugriff: 14.01.2020).

Straßner, Erich. 2012. Text-Bild-Kommunikation - Bild-Text-Kommunikation. Berlin: De Gruyter

Runkehl, Jens [u.a.] (1998): Chat-Kommunikation. In: Sprache und Kommunikation im Internet: Überblick und Analysen. Opladen [u.a.]: Westdeutscher Verlag.



