

Social Media als Katalysator oder Ausweg aus der Krise?

Einflüsse von Instagram auf die psychische Gesundheit Jugendlicher

Daniel Hajok / Nikita Kniazev / Thi Hong Ngoc Le / Sophie Lindner

Mit Beginn der Corona-Pandemie wurde der gewohnte Alltag vieler von heute auf morgen auf den Kopf gestellt. Ab März 2020 herrschte eine große Unsicherheit und zahlreiche neue Maßnahmen zur Eindämmung der Infektionen wurden binnen kürzester Zeit erlassen. Masken tragen, Kontaktbeschränkungen, Quarantäne-Regelungen, Distanzunterricht und Schließung von außerschulischen Einrichtungen sind nur einige Beispiele, die über viele Monate hinweg das tägliche Leben prägten. Angst vor der eigenen Ansteckung (und der anderer), höheres Verantwortungsbewusstsein und keine langfristige Planbarkeit sind Herausforderungen, denen sich alle stellen müssen – mitsamt psychischen Belastungen.

Gerade Jugend ist eine Phase, in der wichtige Entwicklungsaufgaben bewältigt werden, wie eigene soziale Fähigkeiten weiterentwickeln und Rolle der Emotionen im Selbstwertgefühl akzeptieren und kontrollieren lernen. Auch die Anforderungen, die die Beziehung zu anderen betreffen, sind prägend: Es geht darum, Menschen kennenzulernen, Freundschaften zu schließen und sich in intimen Beziehungen auszuprobieren (Gudjons & Traub 2020) sowie eine eigene und zugleich mit anderen geteilte Identität auszubilden. Es sind gerade die identitätstypischen Prozesse in der Pubertät, die für viele Jugendliche eine belastende (Krisen-)Erfahrungen darstellen, wobei deren psychische Gesundheit nun auch noch unter dem besonderen Eindruck des schlagartig veränderten Alltags stand.

Die Covid19-Pandemie wurde von den Heranwachsenden schon zu Beginn vor allem als etwas Negatives, Belastendes wahrgenommen – weil sie die eigene Freiheit einschränkt, gefährlich ist, zu sozialer Isolation führt, mit Unsicherheiten, Ängsten und Zukunftssorgen verbunden ist (Calmbach et al. 2020). Was die im Jugendalter so wichtigen Sozialkontakte anbetrifft, gab es natürlich die medialen Alternativen zu Austausch und Vernetzung. Faktisch hat es die Jugend aber mehr denn je zu den Social Media-Diensten ‚getrieben‘, die selbst hinsichtlich eines negativen Einflusses auf die psychische Gesundheit diskutiert werden.

A. Jugend in der Krise?

In der ersten Corona-Welle im Frühjahr des Jahres 2020 hat das Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BiB) eine Studie zur psychischen Gesundheit von Jugend-

lichen durchgeführt (Bujard et al. 2021).¹ Laut dieser Analyse ist die Zahl der Heranwachsenden mit Anzeichen einer Depression sprunghaft angestiegen: Vor der Pandemie hatte jede*r Zehnte der 16-bis 19-Jährigen depressive Symptome, nach dem ersten Lockdown war es bereits jede*r Vierte. Die depressiven Symptome reichen von stillem Rückzug über Verhaltensauffälligkeiten bis hin zu Essstörungen – mit deutlichen Unterschieden zwischen den Geschlechtern. So stieg die Anzahl der weiblichen Heranwachsenden mit depressiven Symptomen von 13 auf 35 Prozent und die der männlichen von 7 auf 15 Prozent.

Jugendliche mit Migrationshintergrund sind nach den Daten der Studie besonders betroffen, was unter anderem damit zu erklären ist, dass sie mit ihren Eltern häufiger auf geringerem Raum leben und seltener

Dr. Daniel Hajok ist Kommunikations- und Medienwissenschaftler und Honorarprofessor an der Universität Erfurt. *Nikita Kniazev*, *Thi Hong Ngoc Le* und *Sophie Lindner* studieren im Masterstudiengang Kinder- und Jugendmedien in Erfurt, daneben engagieren sie sich in medienpädagogischen Projekten.

über einen Garten verfügen als der Durchschnitt der Kinder und Jugendlichen in Deutschland (DJI 2020). Werden die Zahlen ins Verhältnis zu den hierzulande 3,5 Millionen Menschen im Alter von 16 bis 19 Jahren betrachtet, ist infolge der Corona-Pandemie und der Corona-Maßnahmen allein in dieser Altersgruppe eine Zunahme von 477.000 Betroffenen mit klinisch relevanten depressiven Symptomen zu verzeichnen (Bujard et al. 2021).

Eine weitere repräsentative Studie ist die COPSY-Studie des Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf (UKE 2020). Hier wurde in der ersten Befragungsrunde von Mai bis Juni 2020 11- bis 17-Jährige und Sorgeberechtigte von 7- bis 17-Jährigen zu deren psychischer Gesundheit befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass psychische Auffälligkeiten unter Kindern und Jugendlichen zugenommen haben: Fast jedes dritte Kind bzw. Jugendliche zeigte nach Beginn der Pandemie psychische Auffälligkeiten, wie Sorgen, Ängste, depressive Symptome und psychosomatische Beschwerden. Besonders häufig sind Kinder und Jugendlichen aus Einkommensschwachen Familien sowie mit Migrationshintergrund betroffen.

Das Risiko für psychische Auffälligkeiten ist von rund 18 Prozent vor Beginn auf 31 Prozent während der Pandemie gestiegen (UKE 2020). Die Kinder und Jugendlichen machen sich demnach nicht nur mehr Sorgen, sie zeigen auch häufiger Auffälligkeiten wie Hyperaktivität, emotionale Probleme und Verhaltensprobleme. Auch psychosomatische Beschwerden traten gleich zu Beginn der Corona-Krise vermehrt auf. Neben Gereiztheit und Einschlafproblemen sind das beispielsweise Kopf- und Bauchschmerzen. In aller Regel spüren die Kinder und Jugendlichen die coronabedingten psychischen Belastungen und fühlen sich tatsächlich belastet: Zwei Drittel konstatieren eine verminderte Lebensqualität und ein geringeres psychisches Wohlbefinden, doppelt so viele wie vor Corona (ebd.).

Nach den Daten der zweiten Befragungsrunde von Dezember 2020 bis Januar 2021 hat sich die Lebensqualität und die psychische Gesundheit von Kindern und Jugendlichen weiter verschlechtert. Fast jedes dritte Kind litt knapp ein Jahr nach Beginn der Pandemie unter psychischen Auffälligkeiten. Auch die Sorgen und Ängste, depressive Symptome sowie psychosomatische Beschwerden hatten weiter zugenommen (UKE 2021). Und trotz geöffneter Schulen und wieder stattfindender Freizeitangebote haben sich das psychische Wohlbefinden und die Lebensqualität der Kinder und Jugendlichen im weiteren Verlauf der Pandemie nur leicht verbessert.²

B. Instagram als Alternative?

Die andauernde pandemische Situation hat nun insbesondere in der Lebenswelt Jugendlicher zu einem beschleunigten Digitalisierungsschub geführt, von dem vor allem die Dienste profitiert haben, die bereits zuvor einen besonderen Stellenwert erlangt hatten (Hajok 2021). Oder anders: Die Möglichkeiten für Face-to-face-Kontakte haben sich schlagartig verschlechtert, die medialen Optionen für die im Jugendalter so wichtigen sozialen Kontakte gab es schon – und auf sie wurde ohne größere Umwege ausgiebig zurückgegriffen. Nach den Ergebnissen der bekannten DAK-Studienreihe war das Aufrechterhalten der sozialen Kontakte das häufigste Nutzungsmotiv der Social Media-Nutzung 10- bis 19-Jähriger. Auch Langeweile, die Informationsbeschaffung zum Thema Corona, der Abbau von Stress, das Vergessen der Sorgen, die Realitätsflucht

und das Loswerden von Wut waren keine unwichtigen Gründe (Thomasius 2021).

Auch wenn die Video-App *TikTok* beim Zugang junger Menschen zu Social Media am deutlichsten an Relevanz hinzugewonnen hat – für Jugendliche ist *Instagram* noch immer eine zentrale Größe und die zweitwichtigste Anwendung der 12- bis 19-Jährigen, wobei die weiblichen Heranwachsenden noch häufiger auf die App setzen als die männlichen (MPFS 2021). Nimmt man die jüngeren Nutzer*innen noch hinzu, dann liegt *Instagram* hinter dem »unverzichtbaren« *WhatsApp* und der *TikTok*-App bereits bei Kindern, die in die Social Media-Welt eintauchen, auf Platz drei der meist genutzten Social Media-Kanäle und behält diesen Status auch bei den älteren bei, bis die App bei den 16- bis 18-Jährigen dann zur Nummer zwei aufsteigt (LfM 2021).

Noch immer ist *Instagram* ein gutes Beispiel der markanten Evolutionsstufe des Internets, die als ein »Mitmachweb« bzw. »Web 2.0« gelabelt wurde, das auf die Beteiligung der Nutzer*innen bei der Erstellung von Internetinhalten und die Erschließung ihrer »kollektiven Intelligenz« in Form von Daten fokussiert (Lackes & Siepermann 2020). Dementsprechend bietet *Instagram* alle Funktionen für Vernetzung, Kooperation, Community-building, Kommunikation und Gestaltung der verschiedenen Inhalte. Dies spricht Jugendliche an, da sie im Netz selbst aktiv werden, sich, ihre Lebensweisen, Gedanken, Gefühle und Hobbys anderen Menschen zeigen und Feedback dazu einholen möchten. Und unter den Bedingungen der Covid19-Pandemie sind diese mediatisierten Sozialisations- und Identitätsbildungsprozesse natürlich noch bedeutsamer geworden.

C. Negative Folgen für die psychische Gesundheit?

Instagram bietet den jungen Nutzer*innen nicht nur dienliche Möglichkeiten zur Erfüllung sozialer Bedürfnisse, die Nutzung der Plattform kann auch negative Einflüsse auf die Entwicklung junger Menschen mit sich bringen. Hassbotschaften, extreme politische Ansichten, Cyber-Bullying, Grooming, Verschwörungstheorien, beleidigende Kommentare, Fake News sind auf allen bei Jugendlichen beliebten Social Media-Angeboten zu finden. Neben diesen, auch im JMS-Report schon häufiger diskutierten Phänomenen, legen immer mehr Befunde den Schluss nahe, dass die *Instagram*-Nutzung auch zu einem geringen Selbstwertgefühl, Selbstzweifeln, Angst vor sozialen Kontakten, psychischen Störungen und selbstverletzendem Verhalten führen kann.

Bereits in einem 2017 veröffentlichten Report, in den die Ergebnisse von vielen Studien eingeflossen sind, wurde eine Reihe

von Implikationen der Social Media-Nutzung für die mentale Gesundheit und das Wohlbefinden der Nutzer*innen herausgestellt. In der Ergebniszusammenschau schnitt *YouTube*, das einzige Angebot, das knapp im positiven Bereich lag, am besten ab – mit besonders positiven Werten für Gesundheitsbewusstsein, Selbstdarstellung/-Identität und Community building. Es folgten *Twitter*, *Facebook* und *Snapchat*. Das Schlusslicht der hier berücksichtigten Angebote war *Instagram* – mit besonders negativen Werten in puncto Körperbild, Schlaf, FoMO und Bullying (RSPH 2017).

In den letzten Jahren werden immer häufiger Zusammenhänge zwischen einer (exzessiven) *Instagram*-Nutzung und mentalem Wohlbefinden bzw. psychischer Gesundheit nicht nur öffentlich diskutiert,³ sondern auch empirisch belegt. Mit den attestierten negativen Einflüssen der *Instagram*-Nutzung auf die psychische Gesundheit werden vor allem solche neueren Phänomene identifiziert, die im Kinder- und Jugendmedienschutz dem Bereich der Nutzungs- und Interaktionsrisiken zuzuordnen sind bzw. die Integrität junger Menschen bei der Mediennutzung treffen. Ein Überblick.

I. Ideales vs. realistisches Körperbild

Das Bild eines Körpers mit perfekter Proportion, einer schlanken Figur, einer geglätteten Haut, seidigen Haaren und strahlenden Zähnen hat in den Massenmedien allgemein und auf *Instagram* speziell das Konzept eines »idealen Körpers« in den Köpfen der Nutzer*innen geprägt. Die wahrgenommene Diskrepanz zwischen diesem Bild und den Vorstellungen, wie der eigene Körper tatsächlich aussieht, lässt sich als Realistisch-Ideal-Körper-Diskrepanz beschreiben (Hendrickse et al. 2021). Als mögliches negatives emotionales Ergebnis des Vergleichs steht eine Körperunzufriedenheit, wobei eine schon längere zurückliegende Studie gezeigt hat, dass es einen Zusammenhang zwischen der Realistisch-Ideal-Körper-Diskrepanz von Frauen mit depressiven Emotionen und dem Grad der Unzufriedenheit mit ihrem Körperbild gibt (Heron & Smyth 2013).

Das typische Beispiel für einen Trend zur Darstellung des idealen Körperbildes auf *Instagram* ist die Verwendung des Hashtags #fitspiration. Die Fitness-Instagramer*innen nutzen diesen Hashtag, um ihre Ergebnisse von hartem Training und strenger Ernährung zu präsentieren. Dies ist einerseits eine Inspiration für die Follower*innen, einen aktiveren Lebensstil anzustreben (Boepple et al. 2016). Andererseits dienen diese oft stark bearbeiteten Fotos als Vergleichsvorlagen für Jugendliche und junge Frauen, was sich in einigen Fällen negativ auf ihr Selbst-

wertgefühl (Haese 2020), ihre Körperzufriedenheit und ihre Stimmung auswirkt.⁴

Unter den Hashtags #bodypositivity oder #bopo gibt es aber längst auch eine Bewegung, die solchen negativen Folgen entgegenzuwirken versuchen. Instagramer*innen beschreiben Bodypositivity nicht nur unter dem Aspekt der Selbstliebe, sondern auch in der sozialen Dimension, nämlich der Akzeptanz von Vielfalt (Stehr 2020). Entsprechende Posts zeigen neben einer Vielfalt an Körpergrößen Anti-Eigenschaften des idealen Körperkonzepts (Cellulite, Dehnungsstreifen, Makel etc.) und können – das ein Ergebnis der Analyse von 640 Posts von 32 beliebten Accounts – die Körperzufriedenheit und Stimmung junger weiblicher Follower*innen steigern (Cohen et al. 2019). Ebenso kann die Nutzung körperpositiver *Instagram*-Accounts Jugendliche und junge Erwachsene dabei unterstützen, einen reflektierten und akzeptierenden Umgang mit dem eigenen Körper zu entwickeln (Baumgarten 2021).

II. Beeinflussung durch »falsche Vorbilder«?

Mögliche Einflüsse auf die psychische bzw. mentale Gesundheit der Nutzer*innen werden im Fachdiskurs nicht zuletzt im Kontext der spezifischen Rolle der Influencer*innen gesehen, die aus Marketingperspektive entweder besondere Fähigkeiten, eine hohe Glaubwürdigkeit oder ein großes Publikum besitzen, um potenzielle Käufer*innen eines Produkts oder einer Dienstleistung zu akquirieren. Im eigenen Verständnis (und dem ihrer Nutzer*innen) sind die Influencer*innen auf *Instagram* Akteur*innen, die regelmäßig etwas posten, was den Eindruck von Zuverlässigkeit erweckt und zur Interaktion einlädt, und zudem Expert*innen auf ihrem Gebiet, die als solche hervorstechen und als »Inspiration« wahrgenommen werden (Schuegraf et al. 2018).

Influencer*innen, die zur gleichen Altersgruppe ihrer Nutzer*innen zählen, haben zudem sowohl für Jugendliche als auch Erwachsene eine größere psychologische Wirkung als Prominente und Models, denn die Follower*innen neigen dazu, sich mit Influencer*innen hinsichtlich sozialer Eigenschaften (z.B. Persönlichkeit, Intelligenz) und auch körperlicher Merkmale zu vergleichen (Jones 2001, Kleemans et al 2018). Vor allem jugendliche Nutzer*innen neigen dazu, sich von »ihren« Influencer*innen beeinflussen zu lassen. Spezifische Aspekte des Vergleichsverhaltens (zur Bewertung, Weiterentwicklung des Selbst) sind bei ihnen häufiger anzutreffen als bei Kindern und Erwachsenen (Kramer et al. 2008, Myers & Crowther 2009) und haben für weibliche Heranwachsende ein besonderes

Gefährdungspotenzial (Borzekowski et al. 2000, Sturdevant & Spear 2002).⁵

Im Weiteren fällt auf, dass Nutzer*innen von Social Media-Plattformen häufig ihr Aussehen in den Bildern, die sie online posten, bewusst bearbeiten. Dies hat schon früh auch ein beträchtlicher Teil der Erwachsenen getan (Business Wire 2014), bei jungen Mädchen ist es heute gewissermaßen »normalisiert«. Dies wird durch Influencer*innen inspiriert, denen eine Vorbildfunktion für die eigene Selbstinszenierung zugeschrieben wird, und betont einerseits die perfekt inszenierte »natürliche« äußere Erscheinung, die dem schlanken Körperideal entspricht, und fördert andererseits die klischeehafte Anpassung an die Schönheitsnorm durch die Reduktion von Individualität und Echtheit im Selbstporträt (Götz 2019, 2020). Es bleibt aber nicht nur auf die visuell manipulierenden Ebene beschränkt; die Selfies der Influencer*innen haben auch einen Einfluss auf die Absicht, das echte Aussehen der Zuschauer*innen (durch Diät, Sport, enganliegender Sportkleidung etc.) zu optimieren (Jin et al. 2018, Pilgrim & Bohnet-Joschko 2019).

III. Selbstwert- und Zugehörigkeitsgefühl

Wie andere Social Media-Plattformen ermöglicht *Instagram* den Nutzer*innen, Feedback in Form von Likes, Kommentaren und Direktnachrichten zu erhalten (und anderen zu geben). Im positiven Fall könnte dies das Selbstwertgefühl der Nutzer*innen stärken und ein wahrgenommenes Gefühl sozialer Unterstützung erzeugen (Valkenburg et al. 2006). Eine weitere Funktion der App ist das Markieren anderer in den Beiträgen der Nutzer*innen, was durchaus dazu beitragen kann, ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen, Einsamkeit zu reduzieren und ihr Bedürfnis nach Zugehörigkeit zu erfüllen, wobei die Kommentarfunktion offenbar auch weiteres soziales Engagement fördert (Keep & Amon 2017).

Der Bericht der American Academy of Pediatrics bestätigte schon vor über zehn Jahren, dass *Instagram* auch förderlich für das mentale Wohlbefinden bzw. die psychische Gesundheit der Nutzer*innen sein kann, da Bindungen zu bestehenden Freund*innen gestärkt und online neue Freundschaften geschlossen werden, was soziale Isolation und Einsamkeit reduziert (O’Keeffe & Clarke-Pearson 2011). Die Inhaltsanalyse von Seabrook et al. (2016) konstatiert sogar eine negative Korrelation zwischen unterstützender Online-Interaktion in sozialen Medien (einschließlich *Instagram*) und Depressionen sowie Angstzuständen. Die Qualität der sozialen Unterstützung scheint dabei wichtiger zu sein als ihre Quantität (Teo et al. 2013).

IV. Im Social Media Burnout?

Vor allem während der COVID-19-Pandemie mehrten sich die Studien zu einem Zusammenhang von einer (exzessiven) Social Media-Nutzung und Burnout. Fakt ist, dass die risikobehaftete wie auch die pathologische Nutzung sozialer Medien schon in den Jahren zuvor (Hajok 2021) und unter pandemischen Bedingungen besonders deutlich gestiegen sind (Paschke et al. 2021). Dass ein (durch Überreizung mit Informationen verursachter) digitaler Stress in Zusammenhang mit negativen psychologischen Folgen (einschließlich Burnout) steht, darauf weisen Studien schon länger hin (Reinecke 2014).⁶

In aktuellerer Fachliteratur wird der Zusammenhang zwischen einer übermäßigen Social Media-Nutzung und Burnout hinsichtlich der Nutzung mobiler Endgeräte und einer Hyperkonnektivität und zwanghaften Nutzung diskutiert (Sharma et al. 2020). Für Hochschulstudierende wurde empirisch belegt, dass die problematische Nutzung sozialer Medien während der COVID-19-Pandemie signifikant häufiger mit Ängsten einhergeht (Jjang 2021). Und auch die im Kinder- und Jugendmedienschutz neben der Computerspielsucht schon länger diskutierte Social Media-Abhängigkeit (Hajok 2021) scheint für sich genommen zum Social Media-Burnout beizutragen (Liu & Ma 2018).

Nach aktuelleren Befunden sind jüngere Menschen anfälliger für einen Social Media-Burnout (Harren et al. 2021). Das ist zum einen im Kontext zu sehen, dass bereits Kinder bei den Plattformen und Apps auf dem neuesten Stand sein wollen. Zum anderen sind mittlerweile die Prävalenzen einer Social Media-Abhängigkeit in der Gruppe der 10- bis 14-Jährigen deutlich höher als in der Gruppe der 15- bis 19-Jährigen (Thomasius 2021). Nicht zuletzt wird ein Social Media-Burnout offenbar in erheblichem Maße von sozial positivem Perfektionismus und negativem selbstorientiertem Perfektionismus beeinflusst. Demnach entwickeln vor allem Menschen, die eher selbstkritisch sind, einen Social Media-Burnout (Harren et al. 2021).

V. Zusammenhänge mit psychischen Störungen

Eine Reihe von Studien legt auch Zusammenhänge zwischen der *Instagram*-Nutzung und psychischen Störungen nahe, etwa dass depressive und damit verbundenen Symptome unmittelbar nach dem Betrachten von *Instagram*-Posts intensiviert werden (Adeyanju et al. 2021). Vor einigen Jahren war der Befund zu lesen, dass Jugendliche, die sich am mediatisierten sozialen Vergleich bei *Facebook* und *Instagram* beteiligen und ein Feedback-Suchverhalten

annehmen, ein Jahr später mehr depressive Symptome zeigen (Nesi & Prinstein 2015). Der negative Effekt des sozialen Vergleichs ist bei der Nutzung von *Instagram* stärker ausgeprägt als bei der Nutzung von *Facebook*, was im Kontext der spezifischen Nutzungsmotive (Vernetzung mit Freunden/Verwandten vs. Betrachten der Bilder Fremder) zu sehen ist (Adeyanju et al. 2021).

Instagram-Nutzer*innen werden auch mehr Angst, Einsamkeit, geringeres Selbstwertgefühl und problematische Körperbilder/Vergleiche attestiert (Mackson et al. 2019). Repräsentierte »ideale« Körperbilder, Erwartungen an Aussehen und Leistung können das Selbstwertgefühl der Nutzer*innen vermindern, Unzufriedenheit erhöhen oder in unrealistischen Perfektionismus münden und damit auch einen Nährboden für Depressionen, Angststörungen, Essstörungen sowie einer erhöhten Suizidalität bilden (Wagner 2021). Ein Zusammenhang zwischen einer problematischen *Instagram*-Nutzung mit körperlicher Unzufriedenheit und Angst (allgemein und sozial) wird vor allem für die weiblichen User angenommen, bei den männlichen sind eher Einsamkeit und Angst das Thema (Yurdagül 2021). Die Nutzung der Plattform scheint zudem für die jüngeren Nutzer*innen mit einem höheren Angstrisiko verbunden zu sein als für die älteren und nicht zuletzt deren Selbstwertgefühl zu beeinträchtigen, wobei Jugendliche mit geringerem Selbstwertgefühl eine vergleichsweise hohe Tendenz zu einer depressiven Stimmung zeigen (Adeyanju et al. 2021).

Häufiger wurde in der Vergangenheit ein Zusammenhang zwischen der *Instagram*-Nutzung und der Tendenz zu Orthorexia nervosa (Essstörung) festgestellt (Turner & Lefevre 2017). Wesentlich scheint nach aktuellerem Befund nicht die Häufigkeit der *Instagram*-Nutzung an sich zu sein, sondern die Etablierung fotobasierter Verhaltensweisen, bei der interne fotografische Mittel wie Filter oder externe Mittel wie Make-up zum Einsatz kommen. Ein tendenziell erhöhtes Risiko für (die Ausbildung von) Essstörungen geht hier mit einer auf das eigene Aussehen bedachten produktiven Nutzung von *Instagram* zusammen, bei der vor allem jüngere Frauen, die auch die Hauptrisikogruppe von Essstörungen sind, ihr ideales Körperbild in den Posts anderer weiblicher Nutzerinnen finden (González-Nuevo et al. 2021).⁷

D. Fazit

Der kurze Überblick über die im Fachdiskurs diskutierten negativen Implikationen der *Instagram*-Nutzung auf die psychische Gesundheit Jugendlicher zeigt, dass abseits der inhaltsbezogenen Risiken die Entwicklung junger Menschen bei der beliebten

Plattform auch unter dem Eindruck von Nutzungs- und Interaktionsrisiken steht, denen mit den Instrumenten des gesetzlichen Jugendmedienschutzes nicht adäquat begegnet werden kann. In einer Zeit, in der der Fokus des schützerischen Handelns nach wie vor auf potenziell entwicklungsbeeinträchtigenden und (schwer) jugendgefährdenden Inhalten liegt und der im reformierten Jugendschutzgesetz (JuSchG) gesetzlich verankerten Berücksichtigung von Mediennutzungsrisiken nur ein fakultativer »Kann«-Charakter mit fehlender Verbindlichkeit für Medienanbieter innewohnt (vgl. Liesching & Zschammer 2021), ist mehr denn je der erzieherische Jugendmedienschutz gefordert, mit dem die Heranwachsenden sensibilisiert und für einen Selbstschutz gestärkt werden.

Instagram selbst »verkauft« sich in der Eigendarstellungen als »Wohlfühlort«: »Unser Ziel ist es, unseren Nutzern einen Ort zu bieten, an dem sich jeder wohlfühlen kann.« (about.instagram 2022). Immerhin gibt es seit 2016 auch ein Feature, welches Betroffenen von psychischen Problemen und Krankheiten Unterstützung bieten soll. Bei der Eingabe von themenbezogenen Begriffen als Hashtags, wie #Depression oder #Selbstzweifel, erscheint den Nutzer*innen automatisch ein Hilfe-Angebot-Fenster. Zu verweisen ist nicht zuletzt auf neue Formen der Darstellung psychischer Krankheiten wie die inszenierten und ästhetisierten »Sick Style« Beiträge auf Instagram, in denen private Erfahrungen öffentlich verarbeitet werden. Sofern sie aber nur persönliches Leid thematisieren und keine aufklärenden Elemente enthalten, tragen sie eher nicht zur Entstigmatisierung bei und bergen vielmehr das Risiko, Stigmatisierung zu fördern (Dorrani et al. 2021).

Dass sich Instagram auch als Unterstützung für Heranwachsende in Krisen inszeniert, macht ein Spannungsfeld auf: Einerseits ist es notwendig und wichtig, da es Nutzer*innen geben kann, die sich aufgrund der gesellschaftlichen Tabuisierung psychischer Erkrankungen nur online trauen, sich mit dem Thema zu beschäftigen, und die Instagram-Nutzung selbst natürlich auch positive Implikationen (Reduzierung von Einsamkeit, positives Feedback etc.) haben kann (Adeyanju et al. 2021). Andererseits können – wie gezeigt – bei gewissen Voraussetzungen psychische Auffälligkeiten und Krankheitssymptome Jugendlicher verstärkt werden.

1 Empirische Grundlage dafür waren die Selbsteinschätzungen von 16- bis 19-Jähriger zu Items zur Psychologie anerkannten State and Trait Depression Scale (STDS) (Spaderna et al. 2002).

- 2 Nach den Daten der dritten Befragungsrunde im Herbst 2021 leiden noch immer mehr an psychischen Auffälligkeiten als vor der Pandemie, wobei Kinder aus einkommensschwachen Familien und mit Migrationshintergrund besonders betroffen sind (UKE 2022).
- 3 Für größeres Aufsehen sorgten zuletzt die Aussagen der ehemaligen Facebook-Mitarbeiterin und Whistleblowerin Frances Haugen vor dem US-Kongress (Fellmann 2021).
- 4 Tiggermann und Zaccardo (2015) kamen nach einem Experiment zu dem Schluss, dass junge Frauen, die »Fitspiration«-Bilder zu sehen bekamen, im Vergleich zur Kontrollgruppe, die Reisebilder zu sehen bekam, weniger Zufriedenheit mit ihrem Körper und eine negative Stimmung zeigten. Eine Studie von Prichard et al. (2018) bestätigte dieses Ergebnis und betonte negative Auswirkungen von »Fitspiration«-Bildern auf junge Frauen.
- 5 Neben Mädchen mit höherer sozialer Vergleichstendenz (Kleemans et al. 2018, Jin et al. 2018) neigen auch Menschen mit höherer FoMO (Fear of missing out) (Lee et al. 2021) und stark narzisstische Menschen (Jin et al. 2018) dazu, psychologisch stärker von den Posts der Influencer*innen beeinflusst zu werden.
- 6 Ein Social Media-Burnout lässt sich als »the degree to which the user feels exhausted when using social media« (Han 2018, S. 123) beschreiben. Zhang et al. (2015) weisen auf entsprechende Probleme wie Informationsüberlastung, Überlastung der Systemfunktionen und soziale Überlastung bei der Social Media-Nutzung.
- 7 Von Essstörungen betroffenen Nutzer*innen scheinen möglichen negative Implikationen durchaus bewusst. Jedenfalls glaubten in einer bereits vor einigen Jahren durchgeführten Studie Betroffene, dass weniger Zeit beim Scrollen durch Instagram-Posts mit Pro-Anorexie-/Bulimie- und sogar Genesungsinhalten helfen kann, ihre Essstörungen weniger auszulösen (O'Brien 2015).

Literatur

About.instagram (2022): Sicherheit. About.instagram. Online unter: <https://about.instagram.com/de-de/safety>

Adeyanju, G. C. / Solfa, R. P. / Tran, T. L. / Wohlfarth, S. / Büttner, J. / Osobajo, O. A. / Oitoju, A. (2021): Behavioural symptoms of mental health disorder such as depression among young people using Instagram: a systematic review. In: *transl med commun* 6 (1), S. 89. DOI: 10.1186/s41231-021-00092-3

Baumgarten, J. (2021): Aneignung körperpositiver Accounts auf Instagram durch Jugendliche und junge Erwachsene. Masterarbeit im Studiengang Kinder- und Jugendmedien. Uni Erfurt.

Boepple, L. / Ata, R. N. / Rum, Ruba / Thompson, J. K. (2016): Strong is the new skinny: A content analysis of fitspiration websites. In: *Body image* 17, S. 132-135. DOI: 10.1016/j.bodyim.2016.03.001

Borzekowski, D. L. / Robinson, T. N. / Killen, J. D. (2000): Does the camera add 10 pounds? Media use, perceived importance of appearance, and weight concerns among teenage girls. In: *Journal of Adolescent Health* 26 (1), S. 36-41. DOI: 10.1016/S1054-139X(99)00044-0

Business Wire (2014): Afraid to Be Your Selfie? Survey Reveals Most People Photoshop Their Images before Posting on Social Media

Networks. Online unter <https://www.businesswire.com/news/home/20140220006440/en/Afraid-to-Be-Your-Selfie-Survey-Reveals-Most-People-Photoshop-Their-Images-before-Posting-on-Social-Media-Networks>.

Bujard, M. / von den Driesch, E. / Ruckdeschel, K. / Laß, I. / Thömmissen, C. / Schumann, A. / Schneider, N. (2021): BiB. Bevölkerungsstudien 2/2021. Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung. Wiesbaden.

Calmbach, M. / Flaig, B. / Edwards, J. / Möller-Slawinski, H. / Borchard, I. / Schleer, C. (2020): SINUS-Jugendstudie 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Bonn.

Cohen, R. / Fardouly, J. / Newton-John, T. / Slater, A. (2019): #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. In: *New Media & Society* 21 (7), S. 1546-1564. DOI: 10.1177/1461444819826530

DAK (2020) (Hrsg.): *Mediensucht 2020 – Gaming und Social Media in Zeiten von Corona*. Hamburg.

DJI (Deutsches Jugendinstitut) (2020): *DJI-Kinder- und Jugendmigrationsreport 2020. Datenanalyse zur Situation junger Menschen in Deutschland*. Bielefeld.

Dorrani, C. / Betz, A. / Philipp, A. / Redenz, C. / Waßmann, L. / Sukalla, F. (2021): Sick Style als digitaler Medientrend im Kontext von (Ent-)Stigmatisierung psychischer Erkrankungen. In: 6. Jahrestagung der DGpuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation. Tagungsabstracts, S. 50-56.

González-Nuevo, C. / Cuesta, M. / Muñiz, J. (2021): Concern about appearance on Instagram and Facebook: Measurement and links with eating disorders. In: *Cyberpsychology* 15 (2). DOI: 10.5817/CP2021-2-9.

Götz, M. (2019): Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. In: *TELEVISION* 32(1), S. 25-28.

Götz, M. (2020): »Ein Kick fürs Selbstbewusstsein« (Lilli, 15 Jahre) – Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram Selbstbewusstsein. In: A. Beranek / S. Ring / M. Schuegraf (Hrsg.), *Zwischen Utopie und Dystopie. Medienpädagogische Perspektiven für die digitale Gesellschaft*. München.

Gudjons, H. & Traub, S. (2020): *Pädagogisches Grundwissen*. Stuttgart.

Fellmann, F. (2021): Facebook-Whistleblowerin sagt vor dem US-Kongress aus. *Süddeutsche Zeitung*. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/politik/facebook-usa-kongress-1.5431363>

Haese, I. (2020): Das Gespenst der Digitalisierung. In: Inga Haese (Hg.): *Smartphonekids*. Berlin, Heidelberg, S. 1-43.

Hajok, D. (2021): In Social Media und digitalen Spielen gefangen? Gestiegene Prävalenzen einer Medienabhängigkeit unter Jugendlichen. In: *JMS-Report* 44 (2/21), S. 8-11.

Han, B. (2018): Social Media Burnout: Definition, Measurement Instrument, and Why We Care. In: *Journal of Computer Information Systems* 58 (2), S. 122-130. DOI: 10.1080/08874417.2016.1208064

Harren, N. / Walburg, V. / Chabrol, H. (2021): Studying Social Media Burnout and Problematic Social Media use: The implication of perfectionism and metacognitions. In: *Computers*

in Human Behavior Reports 4, S. 100117. DOI: 10.1016/j.chbr.2021.100117

Hendrickse, J. / Clayton, R. B. / Ray, E. C. / Ridgway, J. L. / Secharan, R. (2021): Experimental Effects of Viewing Thin and Plus-Size Models in Objectifying and Empowering Contexts on Instagram. In: Health communication 36 (11), S. 1417-1425. DOI: 10.1080/10410236.2020.1761077

Heron, K. E. / Smyth, J. M. (2013): Body Image Discrepancy and Negative Affect in Women's Everyday Lives: An Ecological Momentary Assessment Evaluation of Self-Discrepancy Theory. In: Journal of Social and Clinical Psychology 32 (3), S. 276-295. DOI: 10.1521/jscp.2013.32.3.276

Jiang, Y. (2021): Problematic Social Media Usage and Anxiety Among University Students During the COVID-19 Pandemic: The Mediating Role of Psychological Capital and the Moderating Role of Academic Burnout. In: Frontiers in psychology 12, S. 612007. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.612007

Jin, S. / Ryu, E. / Muqaddam, A. (2018): Dieting 2.0! Moderating effects of Instagrammers' body image and Instafame on other Instagrammers' dieting intention. In: Computers in Human Behavior 87, S. 224-237. DOI: 10.1016/j.chb.2018.06.001

Jones, D. C. (2001): Social Comparison and Body Image: Attractiveness Comparisons to Models and Peers Among Adolescent Girls and Boys. In: Sex Roles 45 (9/10), S. 645-664. DOI: 10.1023/A:1014815725852

Keep, M. / Amon, K. L. (2017): Follow Me. In: International Journal of Virtual Communities and Social Networking 9 (1), S. 1-16. DOI: 10.4018/IJVCNS.2017010101

Keles, B. / McCrae, N. / Grealish, A. (2020): A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. In: International Journal of Adolescence and Youth 25 (1), S. 79-93. DOI: 10.1080/02673843.2019.1590851

Kemp, S. (2020): Report: Most important data on digital audiences during coronavirus. In: The Next Web, 24.04.2020. Online unter <https://thenextweb.com/news/report-most-important-data-on-digital-audiences-during-coronavirus>

Kleemans, M. / Daalmans, S. / Carbaat, I. / Anschütz, D. (2018): Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. In: Media Psychology 21 (1), S. 93-110. DOI: 10.1080/15213269.2016.1257392

Krayer, A. / Ingledew, D. K. / Iphofen, R. (2008): Social comparison and body image in adolescence: a grounded theory approach. In: Health education research 23 (5), S. 892-903. DOI: 10.1093/her/cym076

Lackers, D. & Siepermann M. (2020): Web 2.0. Online unter <https://www.enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de/lexikon/technologien-methoden/Rechnernetz/Internet/Web-2-0/>

Lee, J. A. / Bright, L. F. / Eastin, M. S. (2021): Fear of Missing Out and Consumer Happiness on Instagram: A Serial Mediation of Social Media Influencer-Related Activities. In: Cyberpsychology, behavior and social networking 24 (11), S. 762-766. DOI: 10.1089/cyber.2020.0431

LfM (Landesanstalt für Medien NRW) (Hrsg.) (2021): Kinder und Jugendliche als Opfer von Cybergrooming. Hamburg. Online unter: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Medienorientierung/

Cybergrooming/211216_Cybergrooming-Zahlen_Praesentation_LFMNRW.pdf/

Liesching, M. & Zschammer, V. (2021): Das reformierte Jugendschutzgesetz. Wesentliche Neuerungen und zentrale Fragestellungen für die künftige Anwendungspraxis. In: JMS-Report 44 (3/21), S. 2-6.

Liu, C. / Ma, J. (2020): Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety. In: Curr Psychol 39 (6), S. 1883-1891. DOI: 10.1007/s12144-018-9998-0

Mackson, Samantha B.; Brochu, Paula M.; Schneider, Barry A. (2019): Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. In: New Media & Society 21 (10), S. 2160-2182. DOI: 10.1177/1461444819840021

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg.) (2021): JIM-Studie 2021. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart.

Myers, T. A. / Crowther, J. H. (2009): Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. In: Journal of abnormal psychology 118 (4), S. 683-698. DOI: 10.1037/a0016763

Nesi, J. / Prinstein, M. J. (2015): Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. In: J Abnorm Child Psychol 43 (8), S. 1427-1438. DOI: 10.1007/s10802-015-0020-0

O'Brien, K. (2015): The Cultivation of Eating Disorders through Instagram. In: Graduate Theses and Dissertations. Online unter <https://digitalcommons.usf.edu/etd/6004>

O'Keefe, G. S. / Clarke-Pearson, K. (2011): The impact of social media on children, adolescents, and families. In: Pediatrics 127 (4), S. 800-804. DOI: 10.1542/peds.2011-0054

Paschke, K. / Austermann, M. I. / Simon-Kutscher, K. / Thomasius, R. (2021): Adolescent gaming and social media usage before and during the COVID-19 pandemic. In: SUCHT 67 (1), S. 13-22. DOI: 10.1024/0939-5911/a000694

Pilgrim, K. / Bohnet-Joschko, S. (2019): Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. In: BMC public health 19 (1), S. 1054. DOI: 10.1186/s12889-019-7387-8

Prichard, I. / McLachlan, A. C. / Lavis, T. / Tigge-mann, M. (2018): The Impact of Different Forms of #fitspiration Imagery on Body Image, Mood, and Self-Objectification among Young Women. In: Sex Roles 78 (11-12), S. 789-798. DOI: 10.1007/s11199-017-0830-3

Reinecke, L. / Hartmann, T. / Eden, A. (2014): The Guilty Couch Potato: The Role of Ego Depletion in Reducing Recovery Through Media Use. In: J Commun 64 (4), S. 569-589. DOI: 10.1111/jcom.12107

RSPH (Royal Society for Public Health) (2017): #StatusOfMind. Social media and young people's mental health and wellbeing. London. Online unter: <https://www.rspth.org.uk/static/uploaded/e8779f9c-187c-4787-8646f86a65520014.pdf>

Schuegraf, M. / Lütticke, E. M. / Börner, T. (2018): Influencing auf Instagram. In: tv diskurs 22 (4), S. 80-83.

Seabrook, E. M. / Kern, M. L. / Rickard, N. S. (2016): Social Networking Sites, Depression, and Anxiety: A Systematic Review. In: JMIR mental health 3 (4), e50. DOI: 10.2196/mental.5842

Sharma, M. / Anand, N. / Ahuja, S. / Thakur, P. / Mondal, I. / Singh, Priya et al. (2020): Digital Burnout: COVID-19 Lockdown Mediates Excessive Technology Use Stress. In: World Soc Psychiatry 2 (2), S. 171. DOI: 10.4103/WSP.WSP_21_20

Stehr, P. (2020): #bodypositivity zwischen eigener Betroffenheit, sozialer Unterstützung und Gesellschaftskritik. In: A. Kalch / A. Wagner (Hg.): Gesundheitskommunikation und Digitalisierung. Baden-Baden, S. 133-148.

Sturdevant, M. S. / Spear, B. A. (2002): Adolescent Psychosocial Development. In: Journal of the American Dietetic Association 102 (3), S30-S31. DOI: 10.1016/S0002-8223(02)90419-0

Teo, A. R. / Choi, H. / Valenstein, M. (2013): Social relationships and depression: ten-year follow-up from a nationally representative study. In: PLoS one 8 (4), e62396. DOI: 10.1371/journal.pone.0062396

Tiggemann, M. / Zaccardo, M. (2015): »Exercise to be fit, not skinny«: The effect of fitspiration imagery on women's body image. In: Body image 15, S. 61-67. DOI: 10.1016/j.bodyim.2015.06.003

Thomasius, R. (2021): Mediensucht während der Corona-Pandemie. Ergebnisse der Längsschnittstudie von 2019 bis 2021 zu Gaming und Social Media mit dem UKE Hamburg.

Turner, P. G. / Lefevre, C. E. (2017): Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. In: Eating and weight disorders: EWD 22 (2), S. 277-284. DOI: 10.1007/s40519-017-0364-2

UKE (2020): Psychische Gesundheit von Kindern hat sich während der Corona-Pandemie verschlechtert. Hamburg. Online unter: https://www.uke.de/allgemein/presse/pressemitteilungen/detailseite_96962.html

UKE (2021): COPSYS-Studie: Kinder und Jugendliche leiden psychisch weiterhin stark unter Corona-Pandemie. Hamburg. Online unter: https://www.uke.de/allgemein/presse/pressemitteilungen/detailseite_104081.html

UKE (2022): Psychische Belastung von Jugendlichen und Kindern weiterhin hoch – aber leicht rückläufig. Hamburg. Online unter: https://www.uke.de/allgemein/presse/pressemitteilungen/detailseite_116483.html

Valkenburg, P. M. / Peter, J. / Schouten, A. P. (2006): Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. In: Cyberpsychology & behavior 9 (5), S. 584-590. DOI: 10.1089/cpb.2006.9.584

Wagner, A. (2021): Zwischen Fomo und Selbstoptimierung: Unerwünschte gesundheitsrelevante Folgen von (Medien-)Kommunikation im digitalen Medienalltag. In: F. Sukalla, & C. Voigt (Hrsg.), Risiken und Potenziale in der Gesundheitskommunikation: Beiträge zur Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2020. Leipzig, S. 54-64.

Yurdagül, C. / Kircaburun, K. / Emirtekin, E. / Wang, P. / Griffiths, M. D. (2021): Psychopathological Consequences Related to Problematic Instagram Use Among Adolescents: The Mediating Role of Body Image Dissatisfaction and Moderating Role of Gender. In: Int J Ment Health Addiction 19 (5), S. 1385-1397. DOI: 10.1007/s11469-019-00071-8

Zhang, S. / Zhao, L. / Lu, Yaobin / Yang, J. (2015): Get Tired of Socializing as Social Animal? An Empirical Explanation on Discontinuous Usage Behavior in Social Network Services. In: PACIS 2015 Proceedings. Online unter <https://aisel.aisnet.org/pacis2015/125> ◆