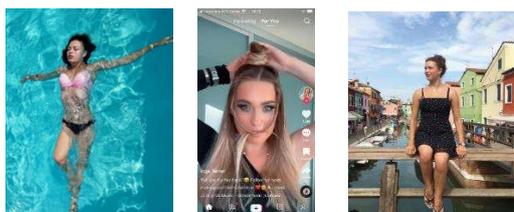




„Es muss das perfekte Bild sein“ Selbstinszenierung in sozialen Medien



Dr. Maya Götz (IZI)
www.izi.de

Internationales Zentralinstitut
für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)
PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL

Was macht das IZI?



IZI-Bibliothek:
34.000 Einheiten



Internationales Zentralinstitut für
das Jugend- und
Bildungsfernsehen (IZI)



Publikation
www.izi.de



Grundlagenforschung
Trendforschung



Sendungsbegleitung



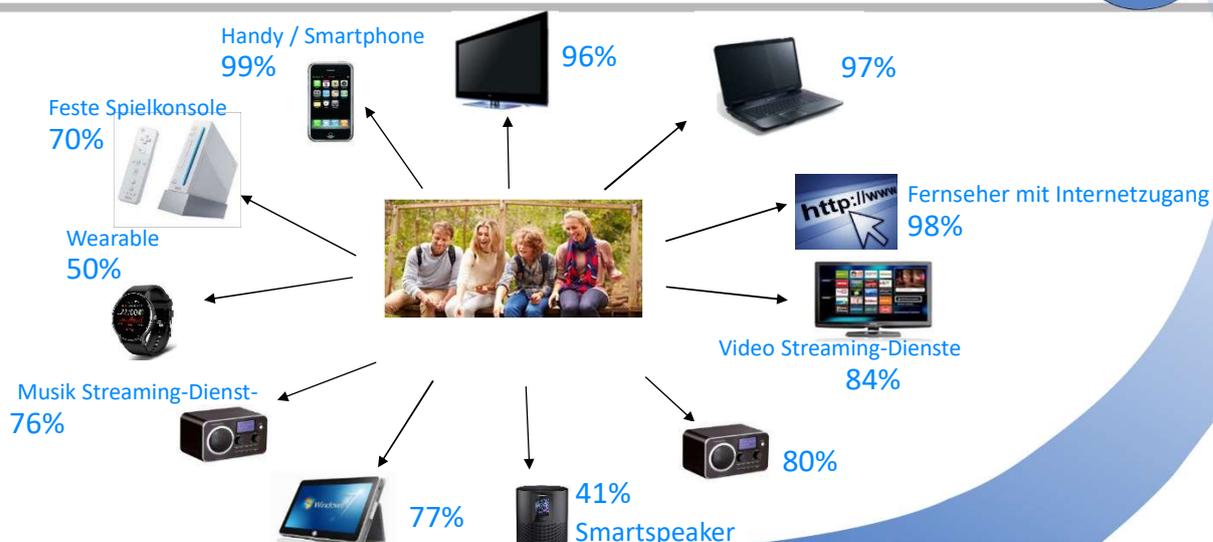
Medienkompetenzplattform
von ARD, ZDF und Deutschlandradio

1.

Medien sind Teil des Alltags



Medienausstattung in Haushalten mit Jugendlichen 2022



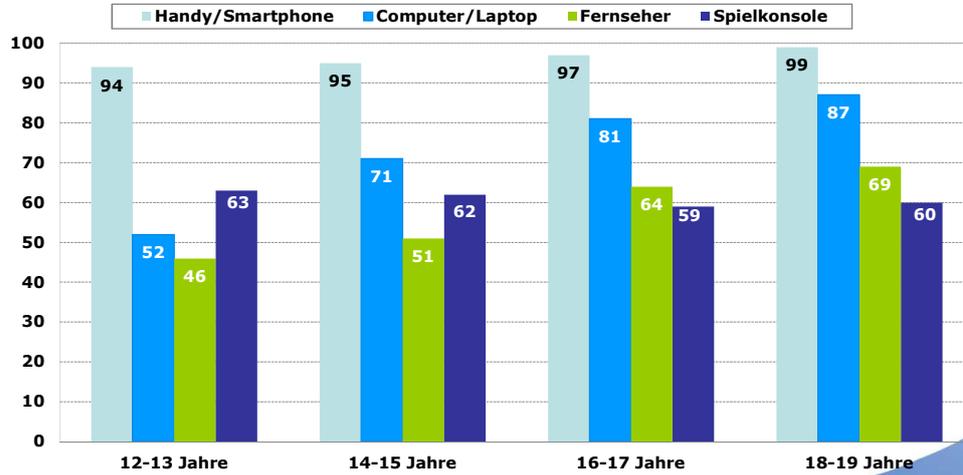
*Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2022, mpfs

2022 Gerätebesitz von Heranwachsenden nach Altersgruppen



Auswahl, 2022 (Angaben in %)



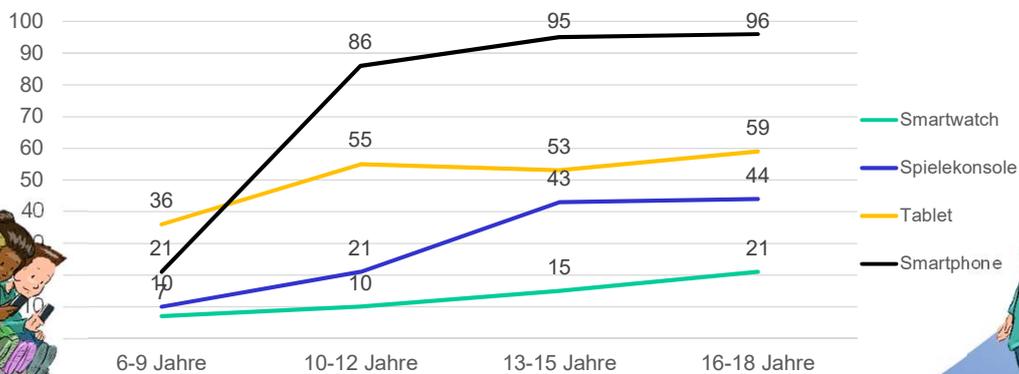
Basis: 12-13 Jahre: n=296, 14-15 Jahre: n=295, 16-17 Jahre: n=299, 18-19 Jahre: n=310.

Quelle: Feierabend u. a.: Ergebnisse der JIM-Studie 2022, 2023, S. 2.

Ab 10 Jahren besitzt die große Mehrheit der Kinder ein eigenes Smartphone



Welche der folgenden Geräte hast du persönlich schon?
Mehrfachnennungen möglich, nach Alter, 2021 (Angaben in %)

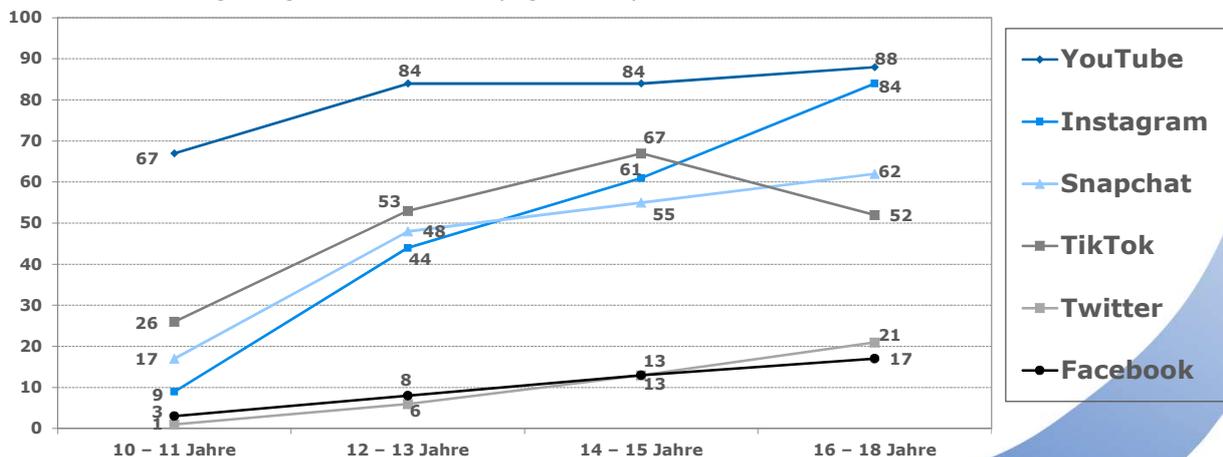


Quelle: Bitkom/Rohleder 2022, S. 4. Basis: n=920, 6-18 Jahre.

Welche sozialen Netzwerke nutzt du ab und zu auch aktiv?



Mehrfachnennungen möglich, nach Alter, 2021 (Angaben in %)



Quelle: Bitkom/Rohleder 2022, S. 4. Basis: n=920, 6-18 Jahre.

Jobs & Praktika | Presse | Kontakt | Links | Datenschutz | Impressum | Sitemap

English | Español



WILLKOMMEN!

Auf unseren Seiten finden Sie Informationen zum Thema Kinder-, Jugend-, und Bildungsforschung. Aus eigenen Studien, Publikationen und einer internationalen Literaturliteraturdatenbank können Sie sich über den aktuellen Wissensstand informieren.



- Über uns
- IZI-Publikationen
- IZI-Forschung
- IZI-Datenbank.de
- IZI-Konferenzen

>> zum Intro

Medienpädagogische Unterrichtseinheiten zum Krieg in der Ukraine

- ▶ Grundschule
- ▶ Sekundarstufe

NEU:

▶ „Elektroingenieure installieren Lampen“
Das Image der Elektrotechnik
Band 1

NEU:

▶ „Ich habe mehr Möglichkeiten, als ich dachte“
Jugendliche und Berufsfindung
Band 2

GRUNDDATE

▶ Kinder und Medien 2023
▶ Jugend und Medien 2023
▶ Internationale Daten Jugend und Medien

AKTUELL:

▶ TelevIZion: "The war in Ukraine"

IZI-INFOTIPP:

▶ Hate Speech forsa-Studie 2023: Zentrale Untersuchungsergebnisse



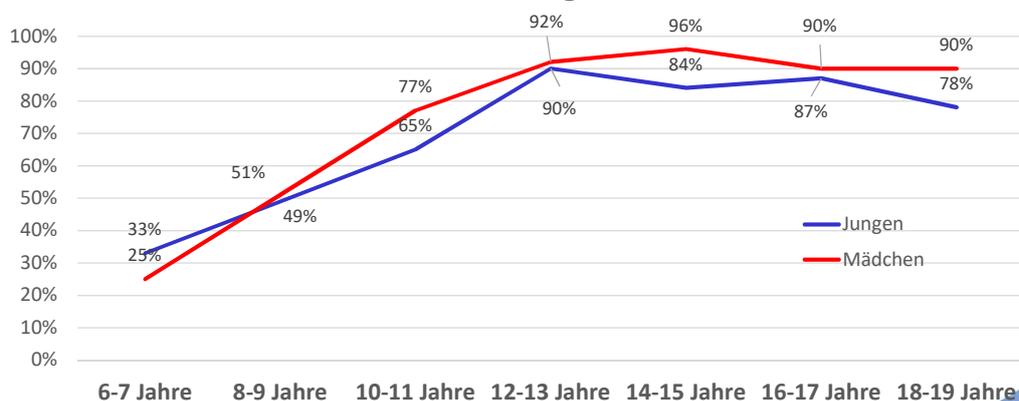
www.izi.de



Influencer*innen



Haben eine/n Lieblingsinfluencer*in



n=1461 Mädchen und Jungen zwischen 6 und 19 Jahren, IZI – Mai 2023

Die Top 5 beliebtesten InfluencerInnen der 6- bis 19-Jährigen



Jungen (n=739)

Rezo	6,8%
Julien Bam	6,6%
Montana Black	6,2%
Gronkh	4,2%
Paluten	4,2%

Mädchen (n=722)

Lisa & Lena	8,0%
Dagi Bee	6,4%
Julia Beautx	5,5%
Bianca Heinicke	5,3%
Katja Krasavice	3,5%

n=1461 Mädchen und Jungen zwischen 6 und 19 Jahren, IZI – Mai 2023

2.

Exkurs: Mediale Schönheitsbilder der Influencer

„Muskeln, Mode, Maskulinität“ Selbstinszenierung von Influencern auf Instagram



https://www.instagram.com/chris_curtis_/



<https://www.instagram.com/simondesue/>



<https://www.instagram.com/kontrak/?hl=de>

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

»Die Macho-Hocke«

IZI



<https://www.instagram.com/tonimahfud/>



<https://www.instagram.com/simondesue/>



https://www.instagram.com/tim_gabel/

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

»Das Sitzen oder Anlehnen ans Statussymbol«

IZI



<https://www.instagram.com/tobiaswolf/>



<https://www.instagram.com/inscopenico/>



<https://www.instagram.com/simondesue/>

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

»Das Breitbeinige Stehen«

IZI



<https://www.instagram.com/tobiaswolf/>



<https://www.instagram.com/simondesue/>



<https://www.instagram.com/samislimani/>

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

»In Motion«

IZI



<https://www.instagram.com/timkuehnel/>



<https://www.instagram.com/johanneshuebel/>



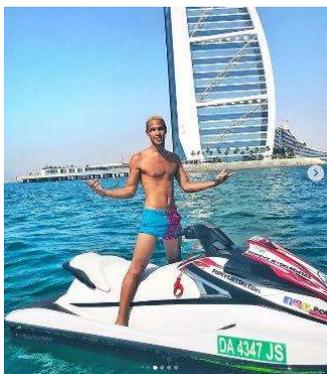
https://www.instagram.com/magic_fox/

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

Die Typen der Selbstinszenierung von Influencern

1. Der bewusste Poser

IZI



<https://www.instagram.com/simondesue/?hl=de>



<https://www.instagram.com/flyinguwe/>



<https://www.instagram.com/cristiano/?hl=de>

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

Die Typen der Selbstinszenierung von Influencern

2. Der beiläufig Coole

IZI



https://www.instagram.com/kosta_williams/



<https://www.instagram.com/andrehamann/>



<https://www.instagram.com/johanneshuebl/>

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

Die Typen der Selbstinszenierung von Influencern 3. Der liebevolle Coole

IZI



https://www.instagram.com/julienco_/



<https://www.instagram.com/wincenweiss/>



https://www.instagram.com/philipp_stehler/

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

Die Typen der Selbstinszenierung von Influencern 4. Der muskulöse Macho

IZI



<https://www.instagram.com/kontrak/?hl=de>



https://www.instagram.com/tim_gabel/



<https://www.instagram.com/erkojun/>

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

Die Typen der Selbstinszenierung von Influencern
 5. Der attraktive Schöne



<https://www.instagram.com/timkuehnel/>



<https://www.instagram.com/tonimahfud/>



https://www.instagram.com/chris_curtis_/

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

„Muskeln, Mode, Maskulinität“
 Selbstinszenierung von Influencern auf
 Instagram



<https://www.instagram.com/>



Was bedeutet dies für Jungen?

Wissen wir leider noch nicht...
 aber hoffentlich bald



[/www.instagram.com/kontrak/?hl=de](https://www.instagram.com/kontrak/?hl=de)

Quelle: Brenner, Seelmann & Götz (2021)

3.



Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram und die Bedeutung von Influencerinnen



Screenshot von Instagram
©Lara



Screenshot von Instagram
©Alisa

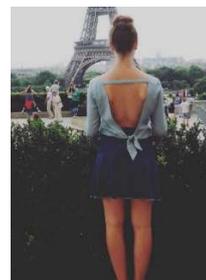


Screenshot von Instagram
©queenofjetlags



Screenshot von Instagram
©Caro Daur

Was Mädchen auf Instagram posten



Studienansatz

**IZI**

Studie 1
Fallstudien
7 Mädchen (14-16 Jahre), die regelmäßig auf
Instagram posten

Studie 1: Wie entstehen die Bilder

**IZI**

„Man braucht **ein perfektes Bild** und dafür braucht
man manchmal 20 Anläufe.“
(Lilly, 14 Jahre)



Screenshot von Instagram ©Lara

Studie 1: Wie entstehen die Bilder



IZI



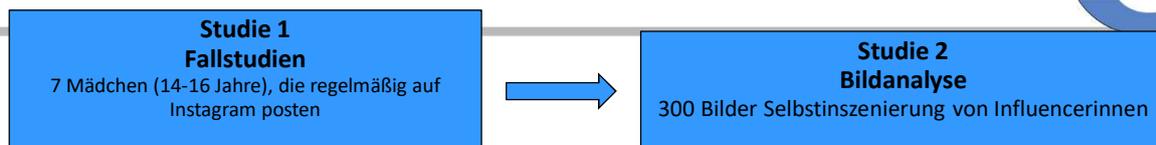
Screenshot von Instagram ©Lara

- „Bei so wahnsinnig vielen **Influencern** schaut man sich dann einfach **bestimmte Posen** ab. Und denkt sich: **„So würde ich auch gerne aussehen auf den Bildern.“**“
- „[...] Ich habe das bei vielen Influencern gesehen, dass man sich **auf die Zehenspitzen** stellt und **ein Bein vor das andere** tut. Weil sie dann einfach viel, viel schlanker aussehen die Beine. Und man sieht einfach größer aus.“
(Lara, 15 Jahre)

Studienansatz



IZI



Das ausgestellte Bein



Screenshot von Instagram
© hannahg11 / Hannah Godwin



Screenshot von Instagram
© rubilove / Rubi Ortiz



Screenshot von Instagram
© Lena / Lena Meyer Landrut

Das „zufällig“ überkreuzte Bein



Screenshot von Instagram
© jess / Jess Conte



Screenshot von Instagram
© catherinyyy / Cathy Hummels



Screenshot von Instagram
© thanyaw / Thanya W.



Screenshot von Instagram
© matiamubysafia / Sofia Tsakiridou

Die S-Kurve



Screenshot von Instagram
© hannahg11 / Hannah Godwin



Screenshot von Instagram
© mathildtantot / Mathild



Screenshot von Instagram
© stefaniegiesinger



Screenshot von Instagram
© reginahixt

Die Hand im Haar



Screenshot von Instagram
© annkathrinvida



Screenshot von Instagram
© Caro Daur



Screenshot von Instagram ©
chiaraferragni



Screenshot von Instagram
© dagibee / Dagmara Kazakov

Der „spontane“ Blick über die Schulter



Screenshot von Instagram
©catherinyyy/ Cathy Hummels



Screenshot von Instagram
© karenkh0



Screenshot von Instagram
© juliahengel

Der sexy Blick



Screenshot von Instagram ©_missbo



Screenshot von Instagram
©hannah11



Screenshot von Instagram ©Julia Kuczynska

Der träumerische Blick in die Ferne



Screenshot von Instagram © chiaraferagni



Screenshot von Instagram © Karen Kho



Screenshot von Instagram © ohhcouture / Leonie Hanne

Das nette natürliche Mädchen Postfeministische Maskerade



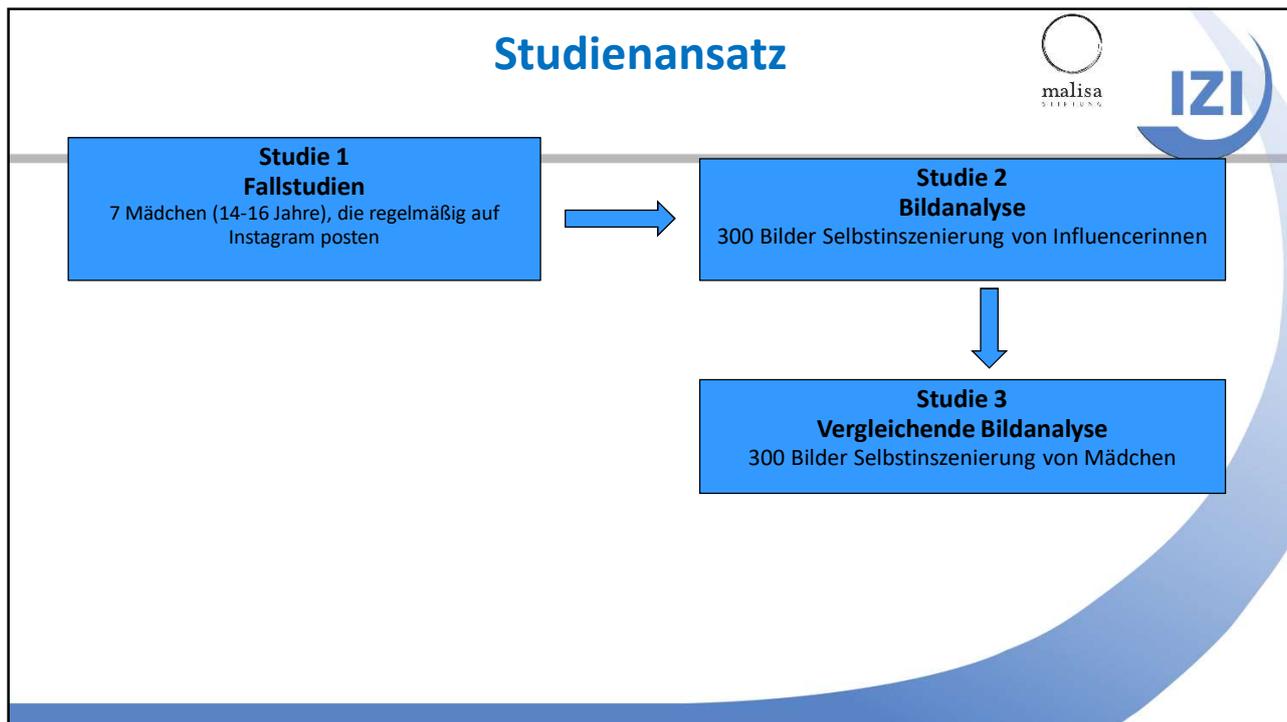
Screenshot von Instagram ©hannah11 / Hannah Godwin



Screenshot von Instagram ©catherinyyy/ Cathy Hummels



Screenshot von Instagram ©jess / Jess Conte



Gesten



Screenshot von Instagram ©Caro Daur



Screenshot von Instagram ©Lara

Vorbilder der Selbstinszenierung



Screenshot von Instagram ©Stefanie Giesinger



Screenshot von Instagram ©Lara

Orte



Screenshot von Instagram @ohhcouture/Leonie Hanne



Screenshot von Instagram @Lara

Orte



Screenshot von Instagram @ohhcouture/ Leonie Hanne



Screenshot von Instagram @Lara

Orte



IZI



Screenshot von Instagram @queenofjetlags



Screenshot von Instagram @Alisa

Studie 1: Wie entstehen die Bilder



IZI



Screenshot von Instagram @Lara

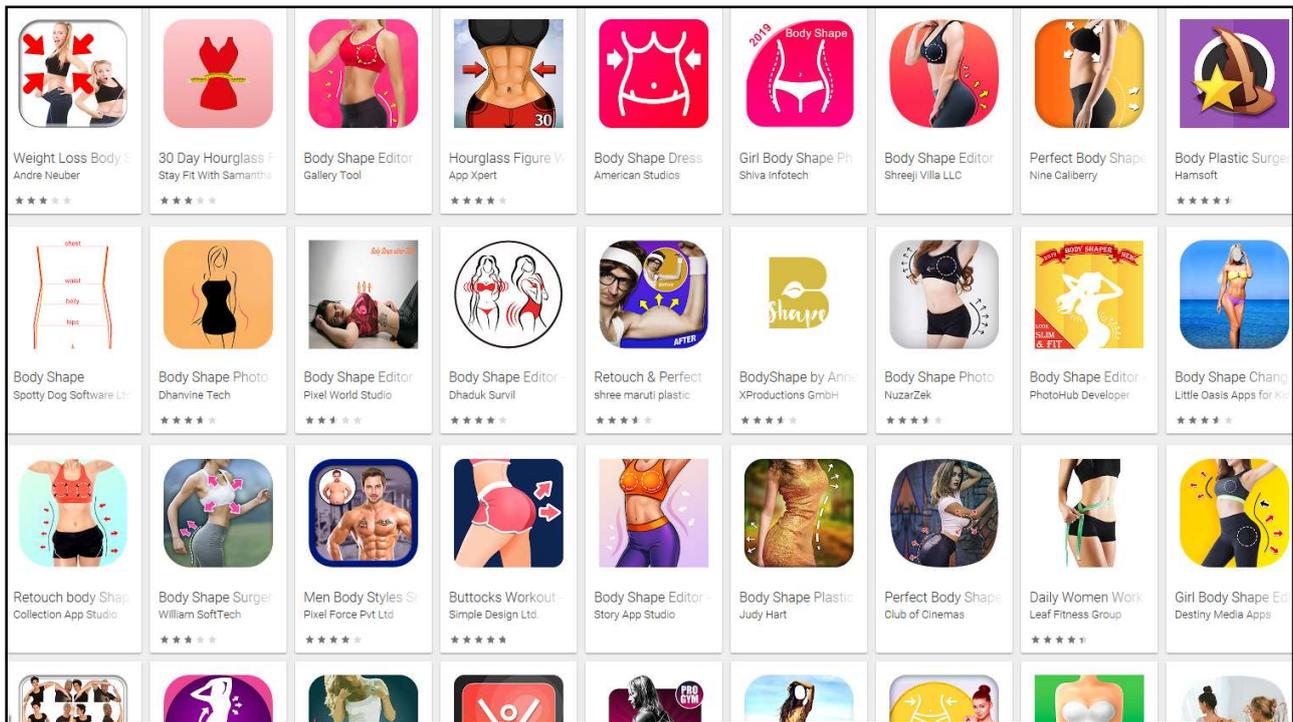
- „Ich habe auch so eine App, mit der kann ich auch meine Beine verlängern, was ich manchmal mache.“
(Lara, 15 Jahre)



Screenshot von Instagram @Cathy Hummels

Filter Apps





Studie 1: Wie entstehen die Bilder



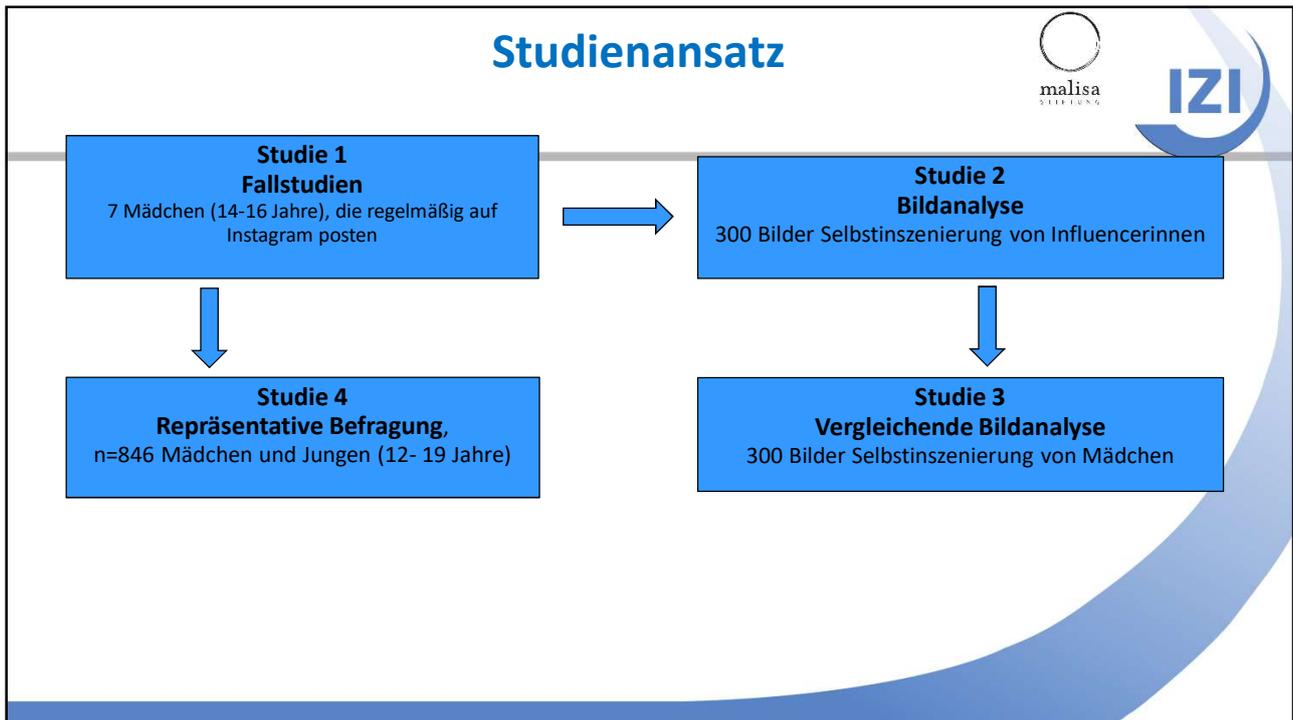
Screenshot von Instagram @Lara

- „Ich habe auch so eine App, mit der kann ich auch meine Beine verlängern, was ich manchmal mache.“
(Lara, 15 Jahre)



Screenshot von Instagram @Cathy Hummels

Ist Lara eine Ausnahme?



Wie Mädchen sich selbst inszenieren

Screenshot von Instagram @Lara

Was Mädchen auf ihren Bildern wichtig ist:

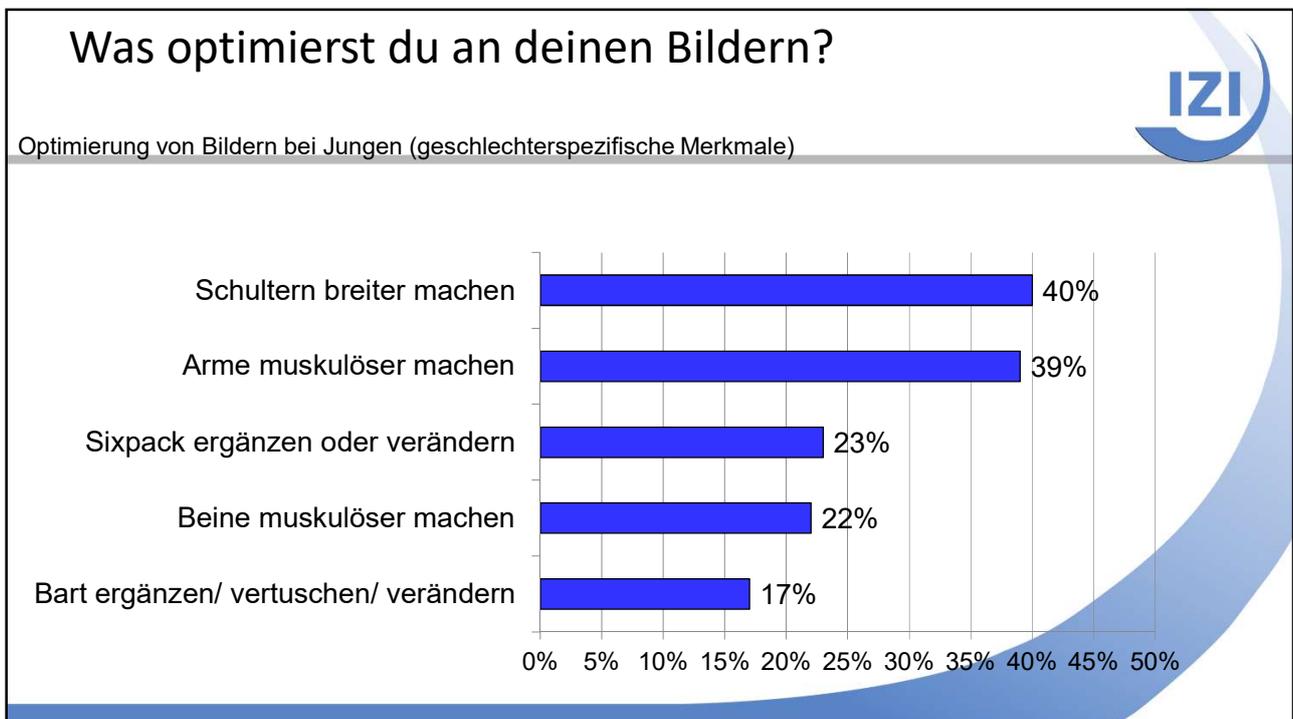
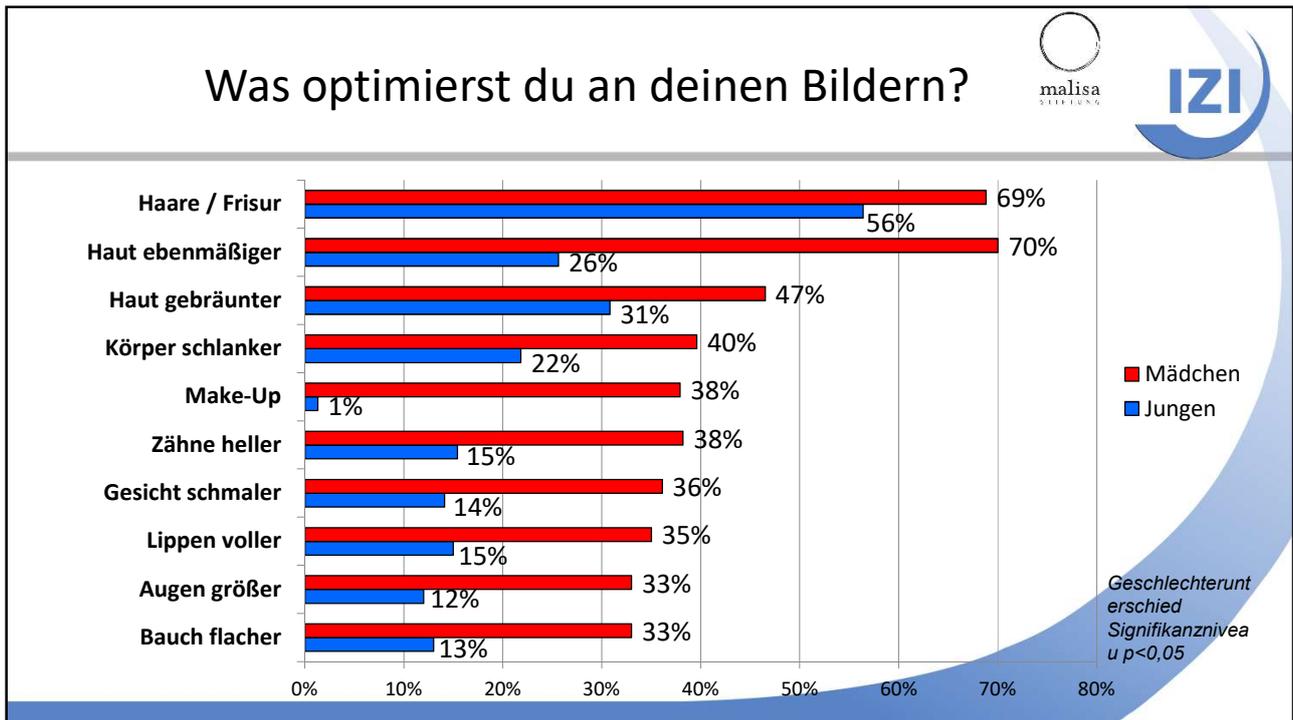
- gut gelaunt (91%)
- natürlich (88%)
- schlank (81%)

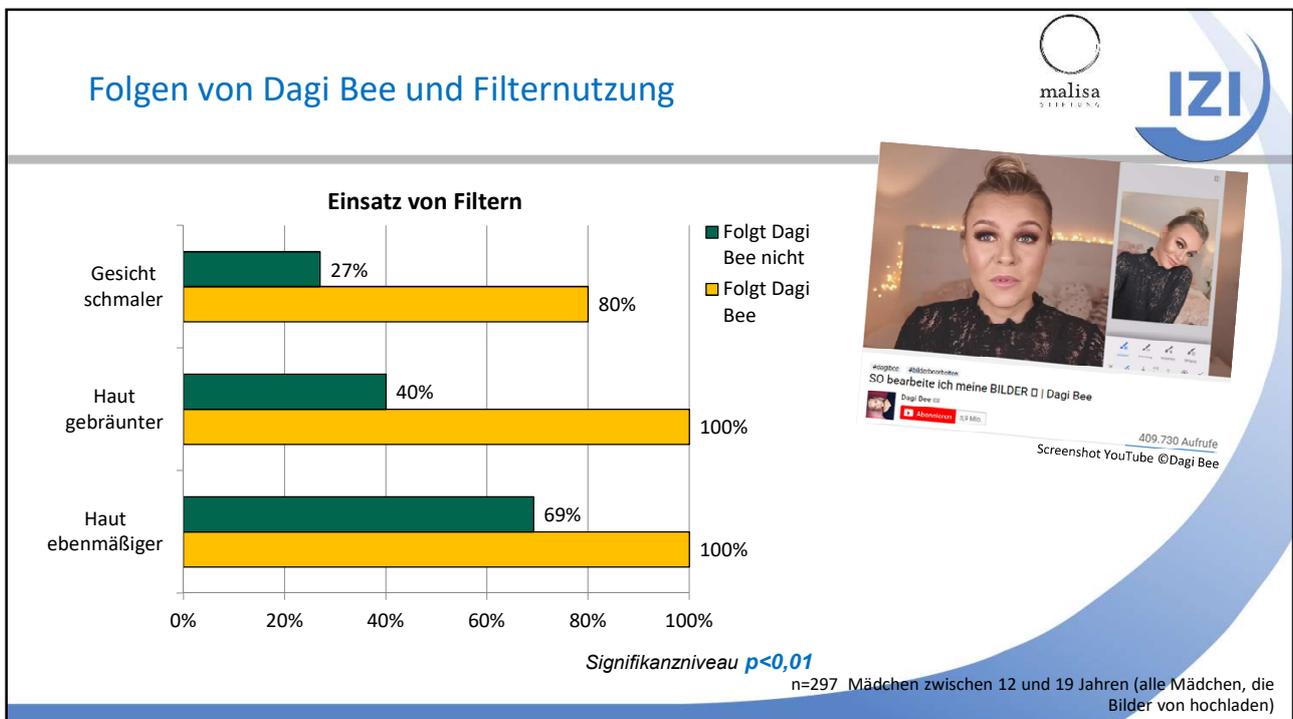
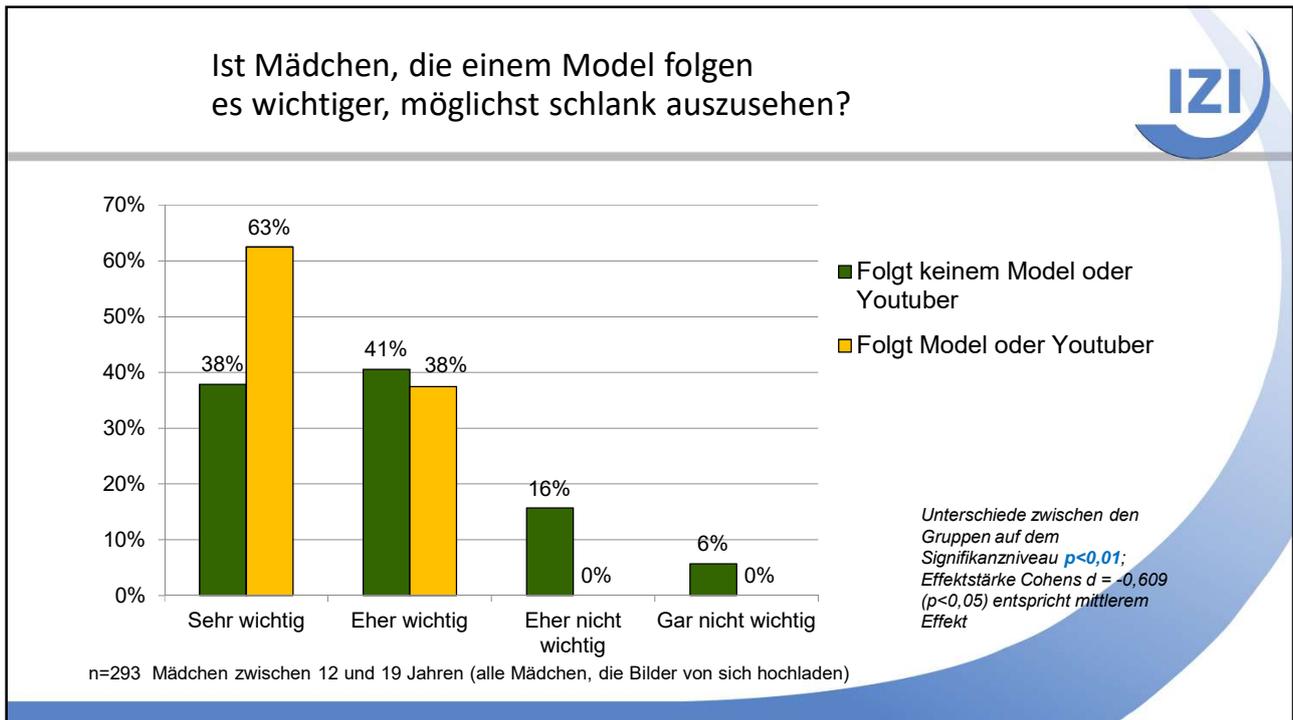
Nutzen Filter

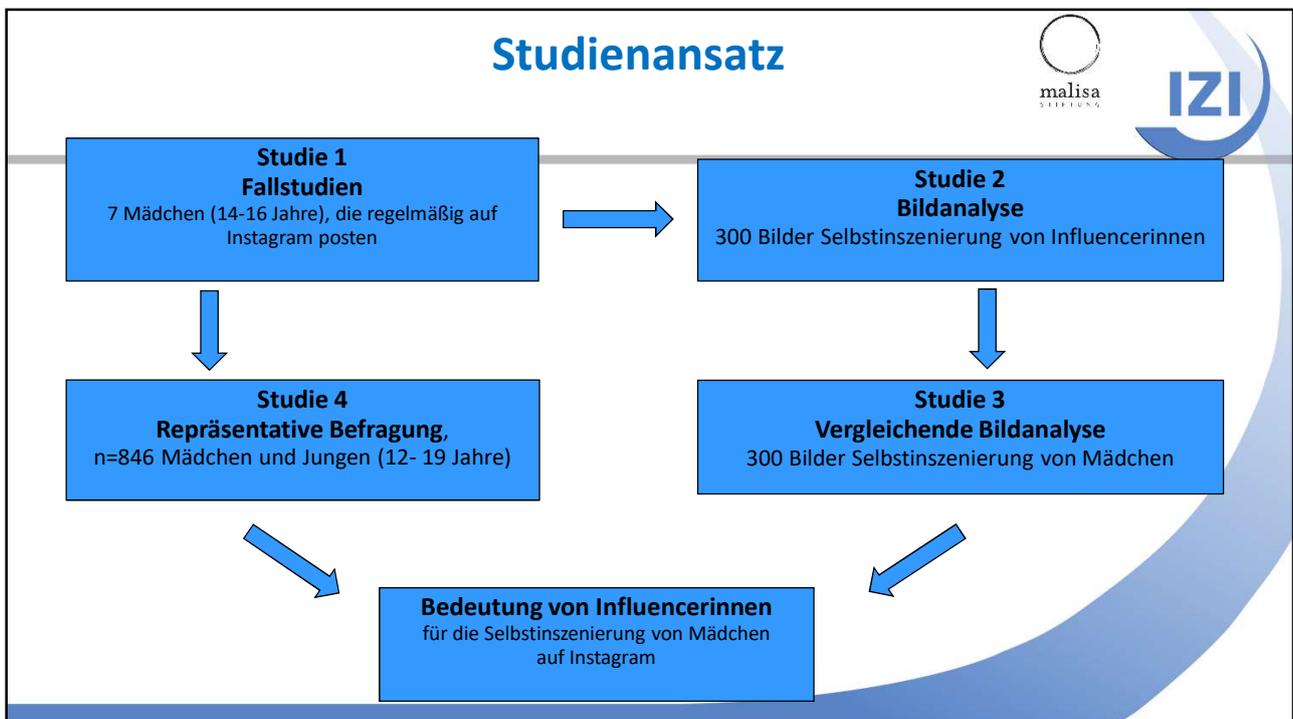
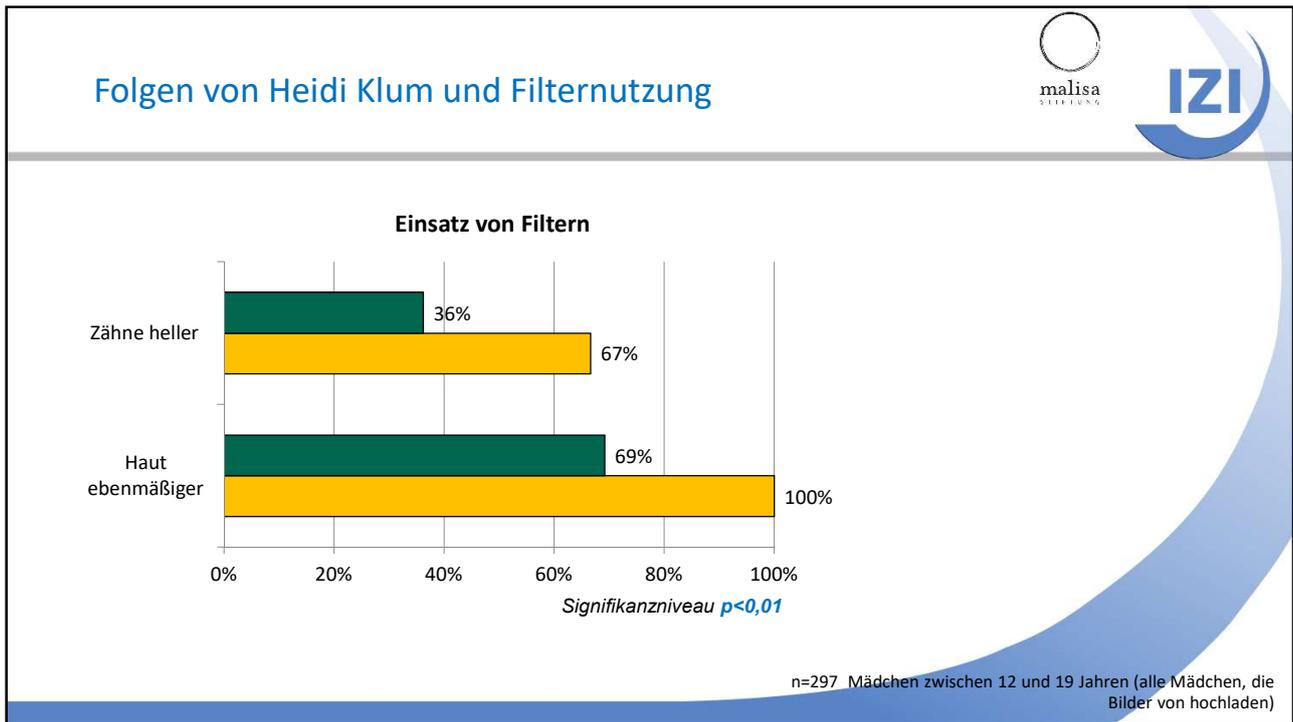
Filter	Prozent
gut gelaunt	27%
schlank	49%

n=568 Mädchen und Jungen zwischen 12 und 19 Jahren, die Bilder von sich auf sozialen Netzwerken hochladen

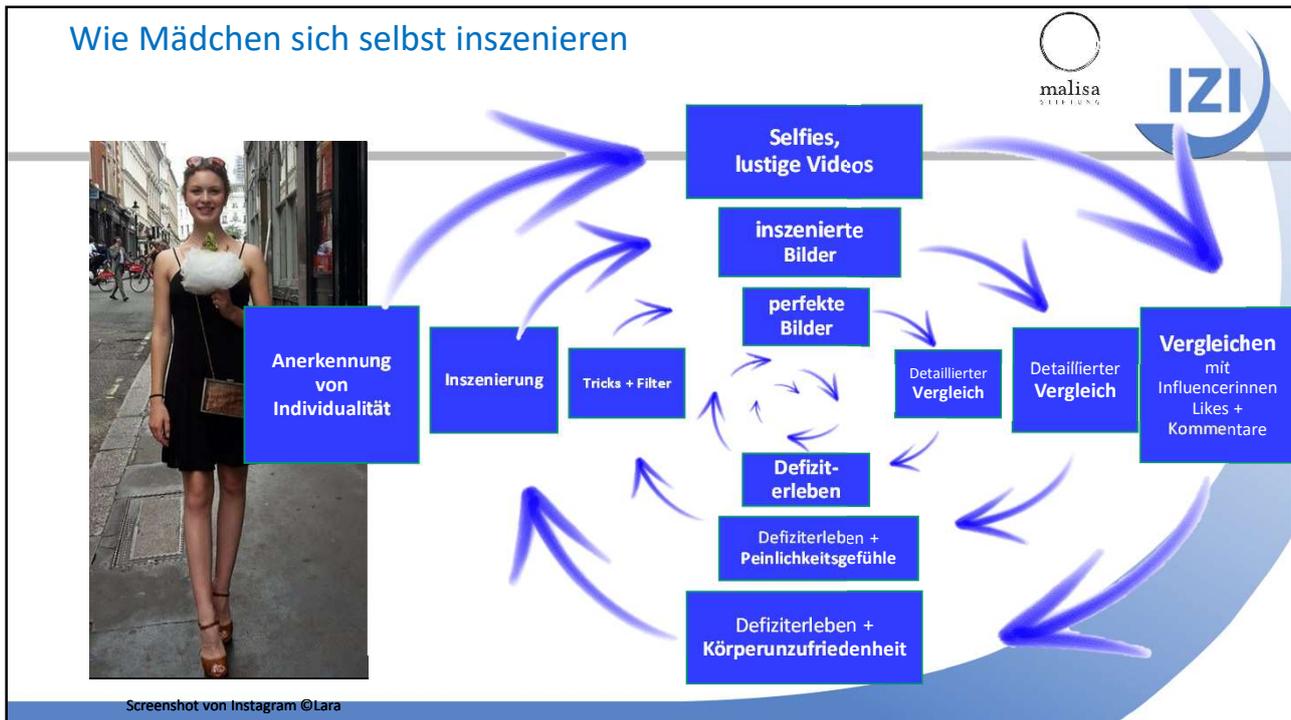
*Signifikanzniveau





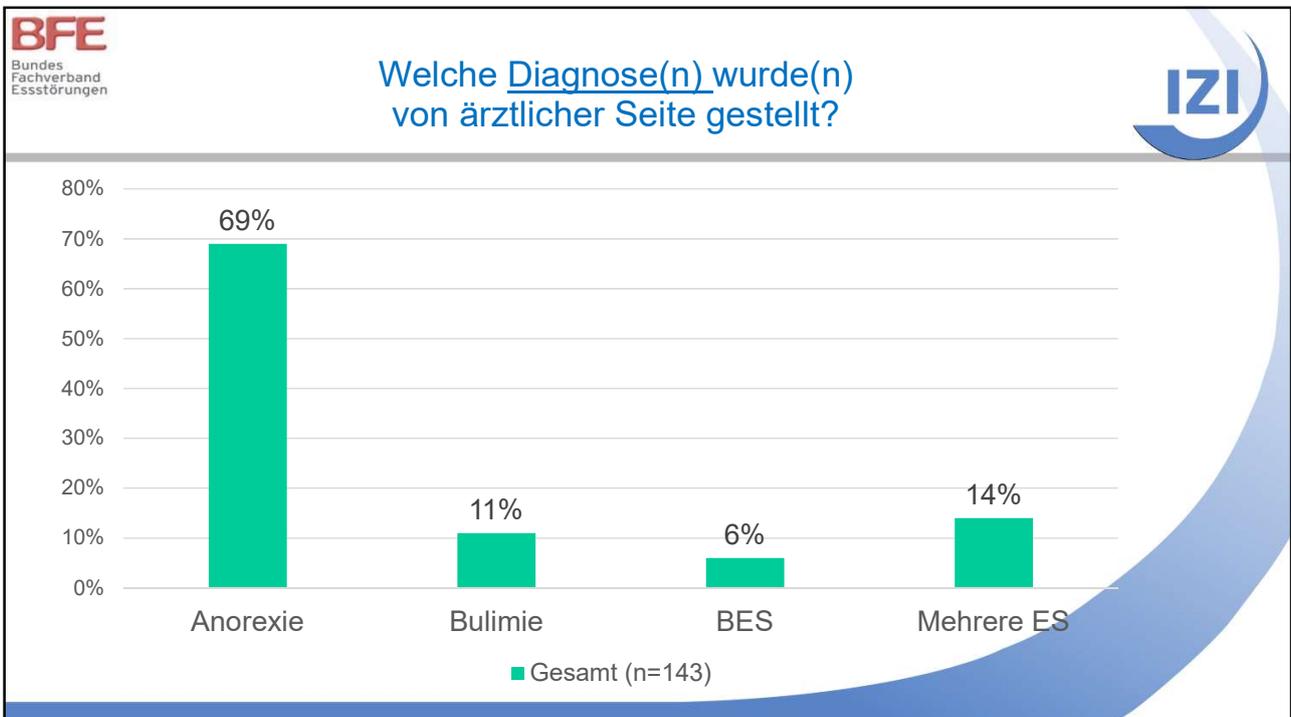
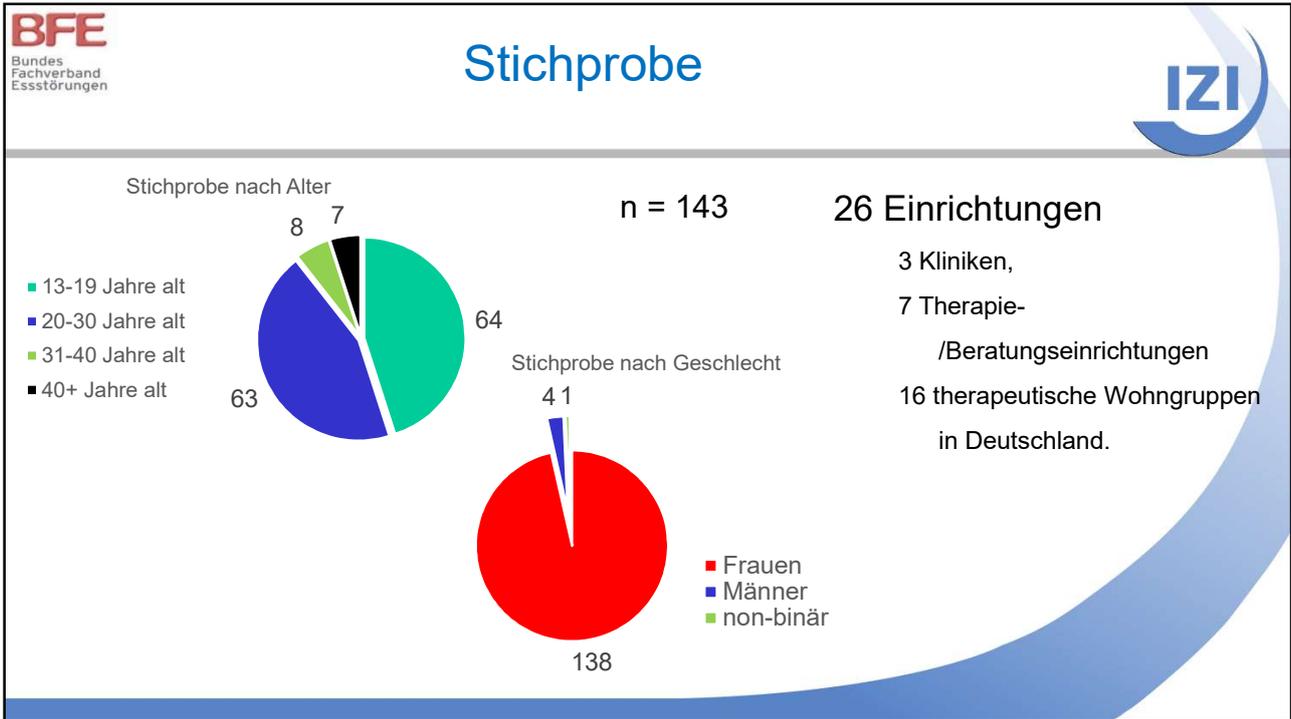


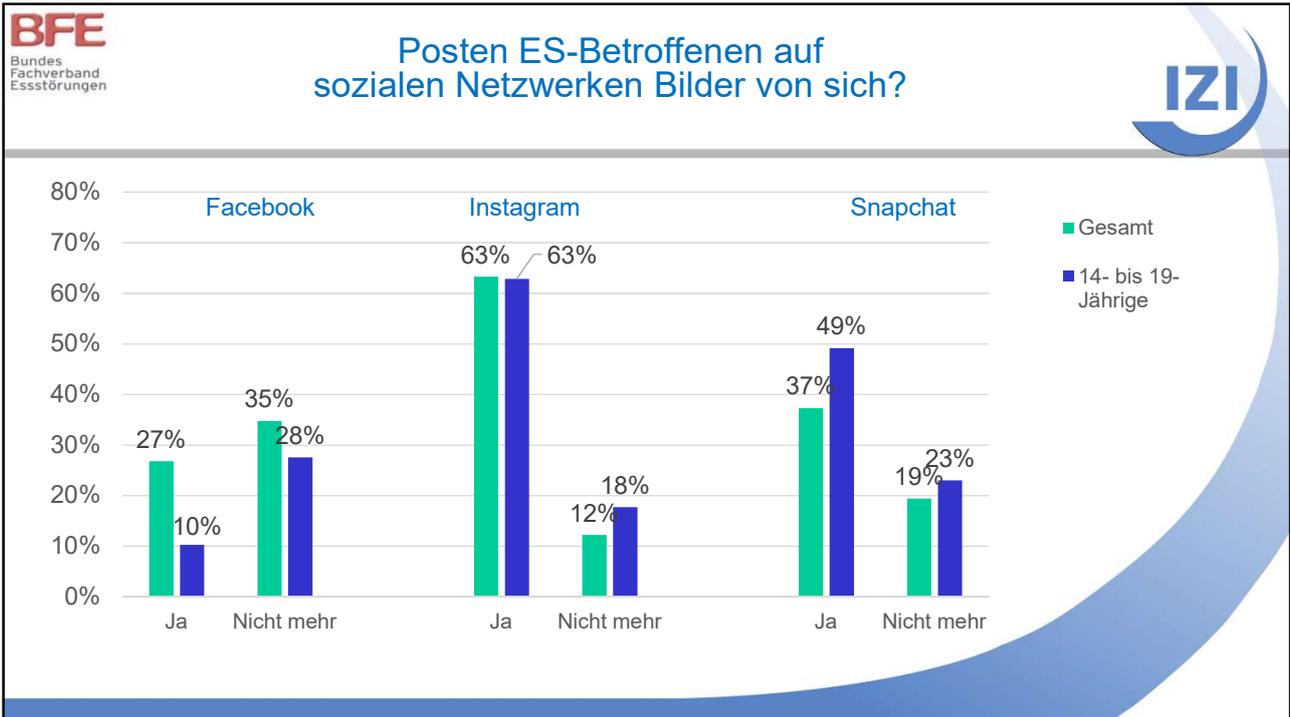
Wie Mädchen sich selbst inszenieren



Forschungsstand u.a.

- Die Bilder, die **mit Filtern** verändert wurden, finden Mädchen **schöner und natürlicher** als realistische Fotos - Selbst wenn Mädchen wissen, dass diese digital verändert wurden (Kleemans et al., 2016).
- Die vermehrte Nutzung von Instagram bei junge Frauen geht mit **höherer Selbstobjektivation** und Vergleich mit Celebrities einher (Fardouly, Willburger & Vartanian 2018).
- Vermehrtes Posten auf Instagram kann mit einer Steigerung **depressiver Stimmung** einhergehen (Frison & Eggermont (2017).
- Vermehrte Instagram Nutzung korreliert bei jungen Frauen mit **depressiven Symptomen**, einem **niedrigem Selbstwertgefühl und Körperunzufriedenheit** (Scherlock & Wagstaff 2018).





BFE
Bundes
Fachverband
Essstörungen

Instagram im Kontext von Essstörungen

IZI

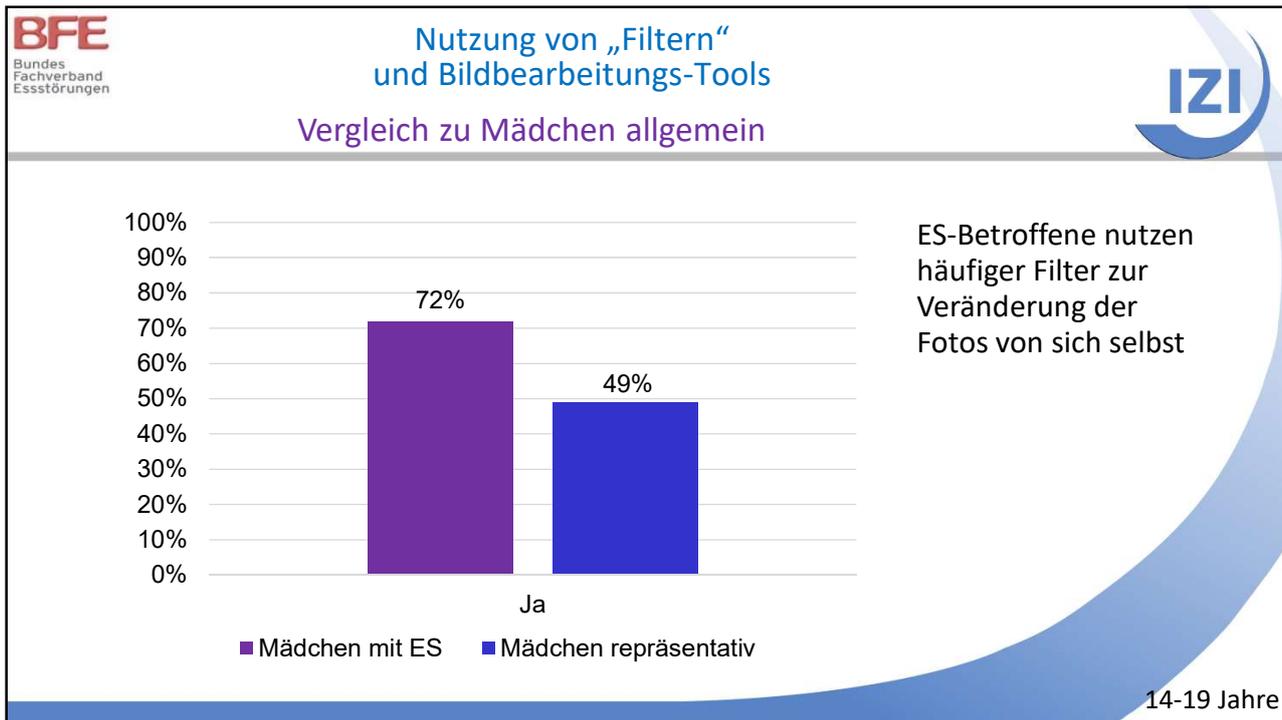
Instagram post by **kelle_bone** showing a young woman in a white tank top. The caption discusses school stress and family issues.

Instagram post by **ana_milax** showing a young woman in a black outfit standing in a field. The caption expresses a desire to be like the singer Quiana.

Fotos bilden keine Teilnehmerin ab.

77% sagt die Selbstinszenierung auf Instagram hatte Einfluss auf ihr reales Leben

Götz, Wunderer, Greinhanner & Maslanka 2019



Nutzung von „Filtern“ und Bildbearbeitungs-Tools



Fotos bilden keine Teilnehmerin ab. Screenshot von öffentlichem Profil auf Instagram

Was optimieren ES-Betroffene mittels Apps und Filtern an Ihren Bildern?

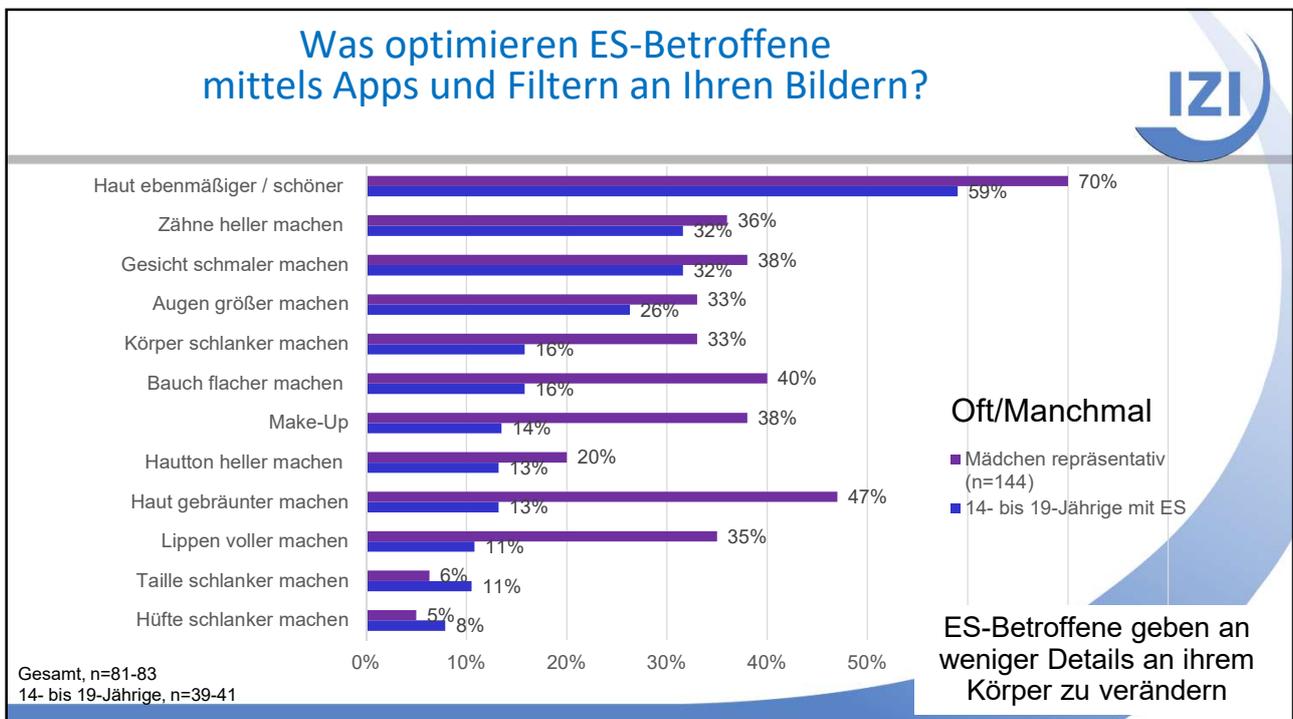
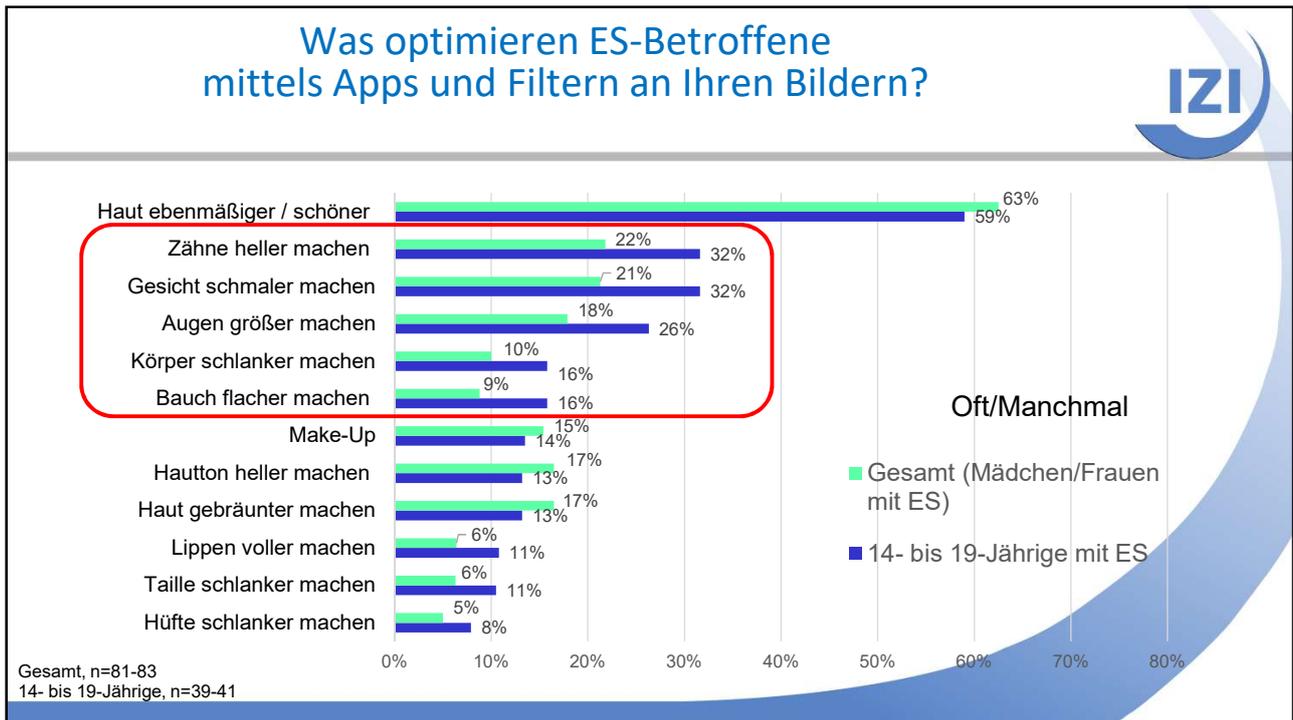
3. Nutzen Sie Apps bzw. Filter, um Bilder von Ihnen zu verändern?

ja (x) nein ()

Wenn JA: Was optimieren Sie mittels Apps und Filtern an Ihren Bildern?

(Pro Reihe bitte immer nur ein Kreuz (x).)

	oft	manchmal	selten	nie
Haare / Frisur	()	()	()	(x)
Haut ebenmäßiger bzw. schöner	(x)	()	()	()
Augenfarbe verändern	()	()	()	(x)
Nase verändern	()	(x)	(x)	()
Haut gebräunter machen	()	(x)	()	()
Hautton heller machen	()	(x)	()	()
Make-Up	(x)	()	()	()
Gesicht schmaler machen	()	(x)	()	()
Lippen voller machen	()	()	(x)	()
Augen größer machen	()	()	(x)	()
Körper schlanker machen	()	()	()	(x)
Bauch flacher machen	()	()	()	(x)
Brust größer machen	()	()	()	(x)
Beine länger machen	()	()	()	(x)
Taille schlanker machen	()	()	()	(x)
Hüfte schlanker machen	()	()	()	(x)
Hüfte kurviger machen	()	()	()	(x)
Po muskulöser machen	()	()	()	(x)
Zähne heller machen	()	()	()	(x)
Sonstiges, und zwar	()	()	()	()
	()	()	()	()
	()	()	()	()



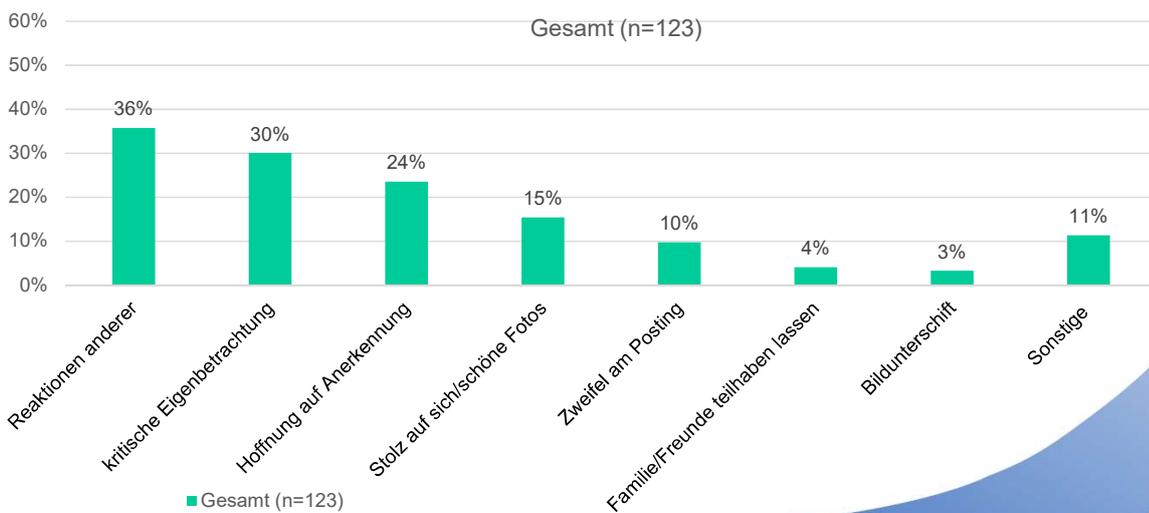


Gedanken zu Posts

Welche Gedanken haben die Postings Ihrer eigenen Fotos bei Ihnen ausgelöst?



typische Zitate eingelesen



4. Gedanken beim Postings eigenen Fotos



Vorgelesen bei Graphik

Über Gedanken & Reaktionen anderer

„[...] Es schwingt vor dem Post immer etwas Angst mit, dass er negative Reaktionen hervorruft [hervorrufen könnte]“
(Hannelore, 20, Magersucht & Ess-Brech-Sucht)

Selbstkritische Eigenbetrachtung, Abwertung des Aussehens

„Die Bilder von mir selber erwecken einen Eindruck der Unzufriedenheit. Ich finde, auf Bildern sehe ich nie richtig schön aus (außer mit Filter). [...]“ (Vivianne, 16, Magersucht)

Hoffnung auf vielen Likes/Kommentaren oder Aufmerksamkeit generell auf Anerkennung/Akzeptanz

„Hoffentlich bekomme ich viele Likes.“ (Tanja, 22, Magersucht)

Stolz/Zufrieden auf sich/schöne Fotos

„[...] Ich bin stolz auf mich, dass ich so schöne Bilder hingekriegt hab.“ (Antonia, 15, Magersucht)

4. Gedanken beim Postings eigenen Fotos



Vorgelesen bei Graphik

Zweifel am Posting

„Gedankenkreisen, ob das Posten eine "richtige" Entscheidung war [...]“ (Viola, 19, Magersucht & Depressionen)

Familie/Freunde am Leben teilhaben lassen

„Ich freue mich wenn ich meine Familie, die weit auseinanderlebt, an meinem Leben teilhaben lassen kann.“ (Lorena, 20, Magersucht)

Über Bildunterschrift

„[...] [Hmm...] Was schreibe ich dazu?“ (Samantha, 24, Magersucht)

Sonstige: Man muss immer hübsch/schlank/glücklich aussehen. Man darf nicht zu viel zeigen, weil Bilder öffentlich sind; verderbe ich mir damit die Zukunft? Hoffentlich wird es nicht gegen mich verwendet. Schau wie ich mich verändert habe, schöne Erinnerungen

Bedeutung von Likes und Kommentaren

70% beschreibt offen, dass es wichtig war

Welche Rolle haben die Rückmeldungen anderer auf Ihre Fotos gespielt?

Rückmeldungen sind wichtig; viele Likes sind wichtig; Positives Feedback = positives Selbstbild

„Es sollten immer & immer mehr werden. Je mehr, desto besser. Rückmeldungen waren sehr wichtig für mich.“ (Shareen, 18, Magersucht & Ess-Brech-Sucht)

Positive Rückmeldungen konnten nicht angenommen werden; wurden als „Formalität“ angesehen

„[...] trotzdem hatte ich immer das Gefühl, Likes und Kommentare sind eine "Formalität" → So wie: ich kenne diese Person also like ich das Bild, egal was oder wen es zeigt.“ (Fiona, 20, Magersucht)

Welche Rolle haben die Rückmeldungen anderer auf Ihre Fotos gespielt?

IZI

Enttäuschung über zu wenig Likes, machen unsicher

„Eine sehr große Rolle, da ich mich sehr unsicher fühle, wenn ein Bild von mir nur wenig Likes hat.“ (Leila, 15, Ess-Brech-Sucht)

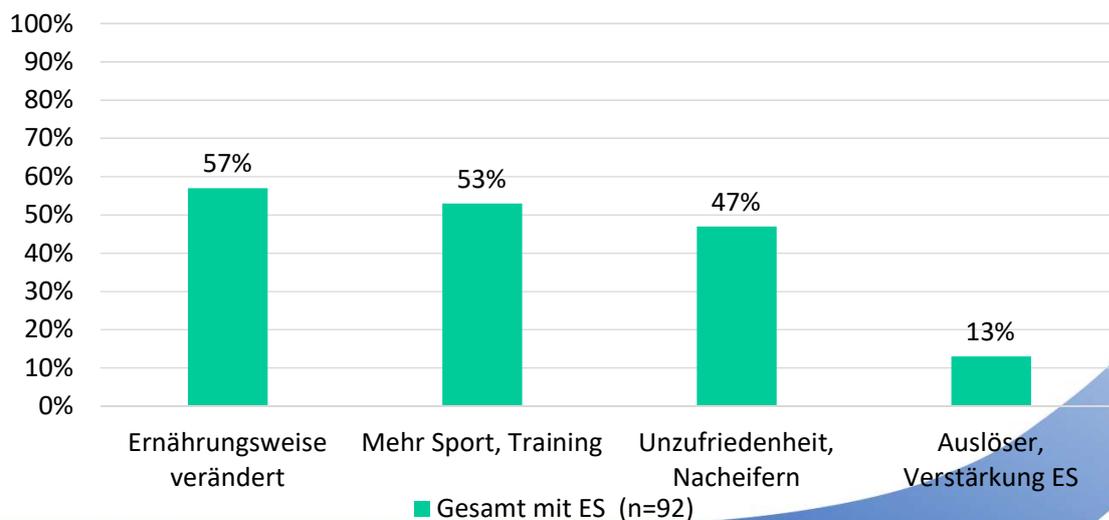
Wenig Likes → Bild gelöscht

„[...] wenn nicht so viele etwas dazu sagen oder etwas Negatives darüber sagen, [denke ich] dass es dann nicht gut ist und ich es wieder "lösche[n]" sollte [...]“ (Britta, 19, Magersucht)

Fotos und deren Bearbeitung Veränderungen im wirklichen Leben auslösen

(offene Frage, kategorisiert; Mehrfachnennungen möglich)

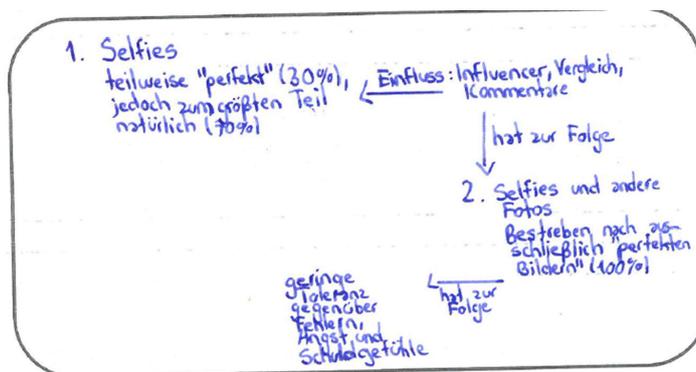
IZI



Entwicklung beim Posten

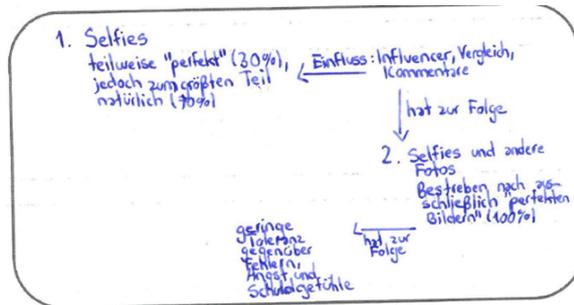
23% können für sich keine Entwicklung feststellen

Entwicklung beim Posten

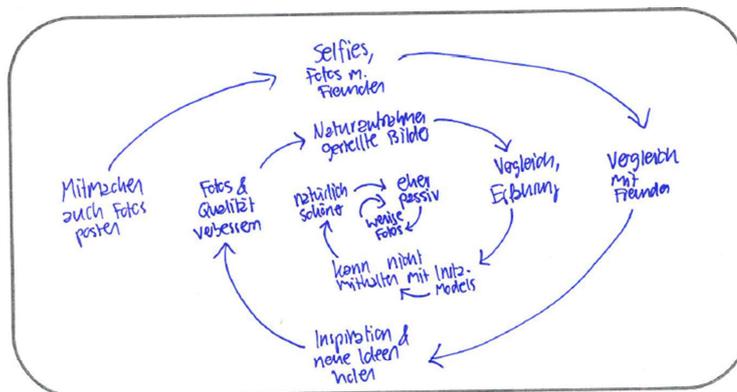


Nora, 18, Magersucht

„Anfangs habe ich mir noch erlaubt, Fotos zu posten, die nicht gänzlich perfekt waren bzw. zum größten Teil sogar natürlich waren. Durch den täglichen Konkurrenzkampf in der Schule und sozialen Netzwerken habe ich dann jedoch angefangen, mein Posten zu verändern, nämlich ausschließlich "perfekte" Posts von mir zu tolerieren. Durch dieses veränderte Posten, bin ich sehr sensibel gegenüber Fehlern und sehr kritisch mit mir selbst geworden.“ (Nora, 18, Magersucht)

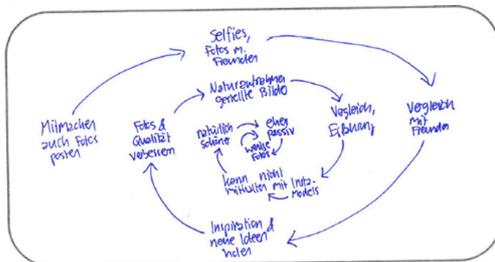


Entwicklung beim Posten



Tamara, 19, Magersucht

„Am Anfang wollte ich einfach mitmachen und habe viele Selfies von mir gemacht und manche gepostet. Dann holt man sich durch Vergleiche der anderen Bilder neue Ideen und Verbesserungen und wählt bewusster Bilder aus, macht sich mehr Mühe und fotografiert bewusst für Instagram. Man merkt, dass man kein "Insta-Model" ist und fährt also die natürliche Schiene und postet nur noch selten und ganz ausgewählte/besonders schöne Bilder. Man ist eher passiv und schaut sich die anderen Bilder (u.a. von Promis) an.“ (Tamara, 19, Magersucht)



Welchen Zweck erfüllt die Post im Leben der Klient*innen?

Agglomerative Clusterung

1. **Sich & sein Leben als perfekt zeigen**
2. **Zeigen ich bin (immer noch) schön dünn**
3. **Anerkennung bekommen durch Likes & Kommentare**
4. **Kontakt halten + Freunde finden**
5. **Posten um dazuzugehören**
6. **Selbstmotivation (für Krankheit oder Genesung)**
7. **Anerkennung für die Krankheit (Kranksein zu dürfen)**
8. **Genesung zeigen**

Welchen Zweck erfüllt die Post im Leben der Klient*innen?



1. „[...] Alle [Fotos] sollten den Schein wahren, dass ich das perfekte Leben führe und zufrieden bin. Der Außenwelt sollte gezeigt werden, dass es mir gut geht, alles so richtig ist & ich gar keine Probleme mit mir habe.“
(Shareen, 18, Magersucht und Ess-Brech-Sucht)
2. „Ich wollte betonen, wie gut es mir in meinem dünnen Körper geht, ich so viel beliebter werden könnte. Model könnte ich auch werden.“ (Vivianne, 16, Magersucht)
3. „Für mich ist es wichtig Bilder zu posten, weil ich nicht vergessen werden will und ich brauche die Rückmeldung anderer um mich gut zu fühlen. Likes spielen seit der Erkrankung eine große Rolle, weil es für mich ein Zeichen ist: "Ich mag dich".“ (Valeria, 18, Magersucht und Depressionen)
4. Ich habe angefangen, weil ich durch die ES sehr isoliert war und auf Insta viele "Recovery" Accounts aktiv waren. Ich kam dadurch in Kontakt, fühlte mich verstanden, bestätigt und weniger alleine. Ich habe mir eine Scheinwelt aus "Freunden" aufgebaut und hatte durch das Posten eine Aufgabe, Anerkennung, wenn ich Essen gepostet habe.“ (Melanie, 26, Magersucht)

Welchen Zweck erfüllt die Post im Leben der Klient*innen?



5. „[...] weil es alle (oder fast alle) meiner Gleichaltrigen gemacht haben und ich dazugehören wollte.“
(Dafne, 19, Magersucht und atypische Anorexie)
6. „Mein "Recovery-Account" wurde geschaffen um mir selber vorzuspielen, dass ich "motiviert" bin, obwohl ich noch sehr an Verhaltensweisen geklammert habe → was transportiert werden sollte war ein "perfektes" Bild nach Außen im Sinne von "ich bin stark/ich bin weit mit der Therapie" (Ennja, 19, Magersucht und Ess-brech-Sucht)
7. „Jeder musste sehen, dass ich essgestört bin /[und] damit zu kämpfen habe.“
(Patricia, 18, Magersucht und Ess-Brech-Sucht)
8. „Als ich Fortschritte gemacht habe, fand ich mich wieder schöner & attraktiver und wollte es auch meinen Freunden stolz zeigen und mir selbst auch. Es gab keine Posts während Klinik und im starken Untergewicht, da ich mich selbst zu dünn, zu hässlich bzw. unattraktiv fand.“ (Tamara, 19, Magersucht)

Haben Sie rückblickend das Gefühl, diese Personen waren bedeutsam für die Entwicklung Ihrer Essstörung?

IZI



Screenshot von Instagram © paola



Screenshot von Instagram © sarah.harrison.official



...a.thiel



Screenshot von Instagram © stefaniegiesing



Screenshot von Instagram © paola

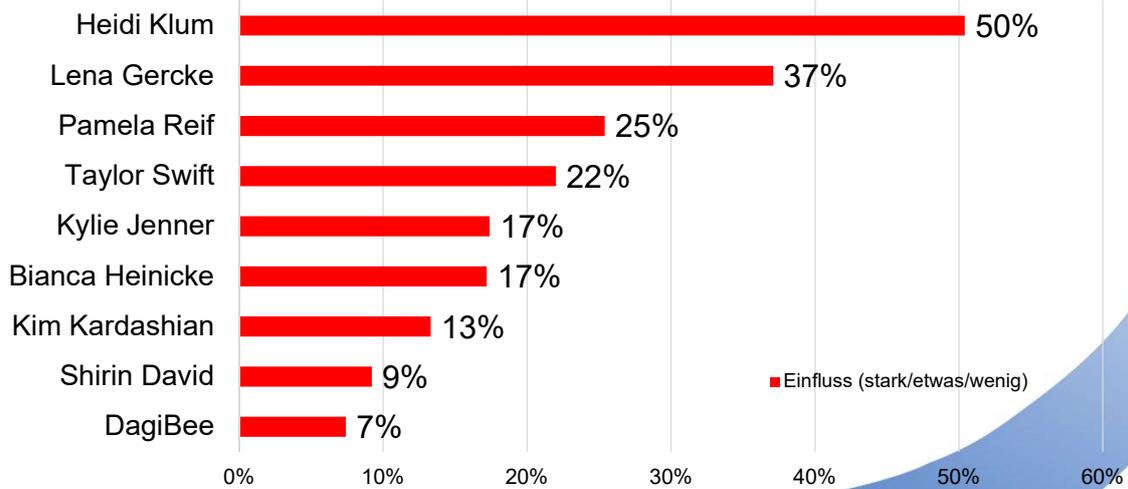


Screenshot von Instagram © laurapapeautor

BFE
Bundes
Fachverband
Essstörungen

Influencer*innen mit stark/etwas/wenig Einfluss auf die Essstörung

IZI



Götz, Wunderer, Greinhanner & Maslanka 2019

Pamela Reif – (@pamela_rf)



18% der Betroffenen sagt:
 Pamela Reif hat „sehr starken Einfluss“
 auf ihre Krankheit gehabt.

Screenshot von Instagram © pamela_rf

Götz, Wunderer, G

Haben Sie rückblickend das Gefühl, diese Personen waren bedeutsam für die Entwicklung Ihrer Essstörung?

Influencerinnen mit „sehr starkem Einfluss“

1. Pamela Reif (18%)
2. Lena Gercke (16%)
3. Heidi Klum (10%)



Screenshot von Instagram © heidiklum Screenshot von Instagram © lenagerck Screenshot von Instagram © pamela_rf

Pamela Reif – (@pamela_rf)



Screenshot von Youtube © Pamela Rf



Screenshot von Instagram © pamela_rf

Pamela Reif - (@pamela_rf)

„Pamela Reif [hat einen] schöner Körper, vermittelt eine sehr disziplinierte gesunde Ernährung zu führen.“
 (Ann-Kathrin, 23, Magersucht)

„Vor allem bei Pamela Reif werden einfach Werte vermittelt die für viele unerreichbar sind.“
 (Anastasia, 15, Binge-Eating-Disorder)

Wie sah dieser Einfluss aus?



Vorgelesen bei Bildern

Wie diese Person(en) aussehen zu müssen/wollen

„Ich dachte, ich müsste genauso viel wie sie trainieren [und] essen etc., damit mein Körper auch immer aussieht wie auf deren Bildern, was natürlich sehr unrealistisch ist. Sie führten auf Instagram das perfekte Leben, wie ich es mir vorgestellt habe.“
(Shareen, 18, Magersucht & Ess-Brech-Sucht)

Vergleichen hat Selbstwert reduziert, abwerten, Zweifel

„Ihre Bilder sind immer perfekt --> warum kann ich nicht so perfekt sein?“
(Florentine, 17, Magersucht & Ess-Brech-Sucht)

Ernährungs- und Trainingsweise wurden übernommen

„Ich orientierte mich an deren Lebens- & Ernährungsweise, deren Sportverhalten [...], [und] deren Körperbau“
(Frauke, 22, Magersucht)

Wie sah dieser Einfluss aus?



Vorgelesen bei Bildern

Körper-/Schönheitsideale wurden vermittelt

„Körperideale wurden vermittelt: Dünn-sein= [bedeutet] erfolgreich sein, schön sein=[ist] erstrebenswert“ (Petra, 21, atypische Anorexie)

Motivation für Genesung, Klinikaufenthalt, Gewichtszunahme

„Dass man ruhig zu seinen Kurven stehen kann, entgegen allem Modelwahn“ (Selma, 30, Magersucht & Übergewicht)

Weiter an ES bleiben, abnehmen

„Eigentlich eher negativ, da mich die Posts animieren, weiter an der Essstörung zu bleiben“ (Tamara, 19, Magersucht)

Sonstige: Ehrgeiz übertragen. Zur Persönlichkeitsentwicklung beigetragen

Haben Sie rückblickend das Gefühl,
 diese Personen (Influencerinnen) waren bedeutsam
 für die Entwicklung Ihrer Essstörung?

Ihr perfekter (dünner) Körper, den ich auch erreichen wollte, und das perfekte Leben



Screenshot von Instagram © heidiklum

„Bei Lilly Collins, Heidi Klum, Lena Gercke war es ein starker Einfluss. Es sah alles so perfekt aus.“
 (Lina, 16, Magersucht)

Haben Sie rückblickend das Gefühl,
 diese Personen (Influencerinnen) waren bedeutsam
 für die Entwicklung Ihrer Essstörung?

Das „Gefühl Instagram“, die Lebenswelt, die Werte von Insta-Stars und -Models



Screenshot von Instagram © bibisbeautypalace



Screenshot von Instagram © pamela_rf

„Ich glaube *nicht*, dass genau *diese Personen eine große Rolle* gespielt haben. Vielmehr, das ganze *"Gefühl"*, welches auf Instagram verbreitet wird und die Werte, die vermittelt werden.“ (Anastasia, 15, Binch-Eating-Störung)

Haben Sie rückblickend das Gefühl,
diese Personen (Influencerinnen) waren bedeutsam
für die Entwicklung Ihrer Essstörung?

Augen geöffnet: Schein ist nicht Sein



Screenshot von Instagram © datjulschen



Screenshot von Instagram © datjulschen

*„Dat Julschen war besonders
in den letzten Monaten
wichtig und hat mir oft die
Augen geöffnet, dass nicht
alles so ist, wie es scheint.“
(Anke, 21, Magersucht)*

Haben Sie rückblickend das Gefühl,
diese Personen (Influencerinnen) waren bedeutsam
für die Entwicklung Ihrer Essstörung?

Hilfe beim Entdecken eines anderen Körperbildes



Screenshot von Instagram © fine.bauer



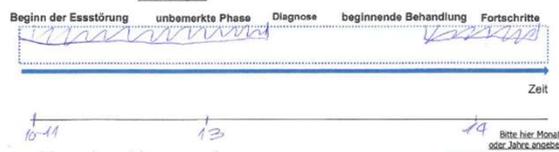
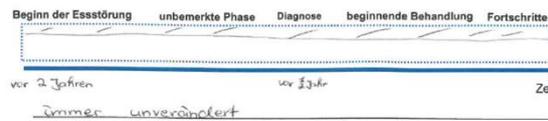
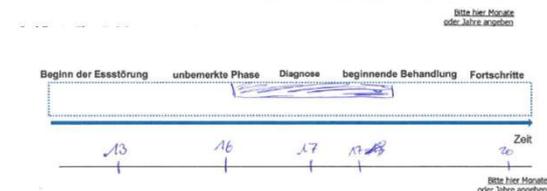
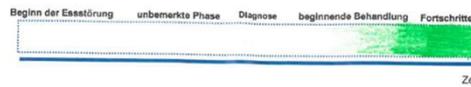
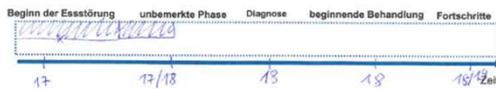
*„Die Fine Bauer ist Model für große
Größen. Seitdem ich sie verfolge, finde
ich, dass ich auch mehr Bauch haben
kann und darf.“ (Leonie, 31, Bulimie)*

In welcher Phase ihrer Krankheit war das Hochladen von Bildern auf Instagram für sie besonders wichtig?

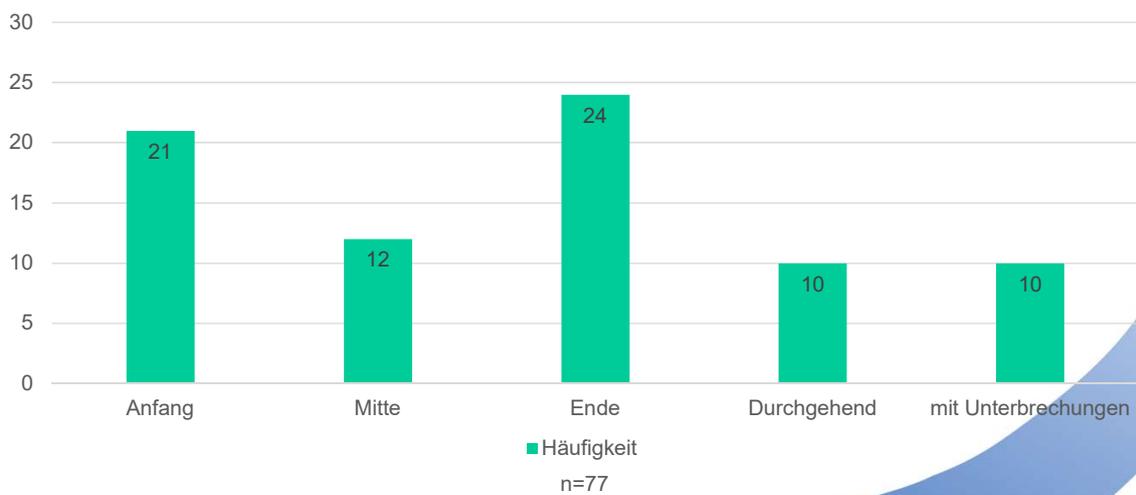


6. In welchen Phasen ihrer Krankheit war das Hochladen von Bildern auf Instagram für Sie besonders wichtig?

Hier eine sehr vereinfachte Zeitabfolge einer typische Krankheitsentwicklung, gerne können sie sie verändern, neu/anders malen etc.



In welcher Phase ihrer Krankheit war das Hochladen von Bildern auf Instagram für sie besonders wichtig?



5.

Medienpädagogische Konsequenzen

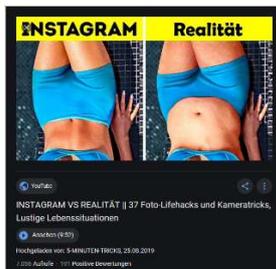
Gibt ihnen Filtern?



Nicht hilfreich, zu tief sitzt das ideale Körperbild

„Klärt“ sie über Filter auf? Instagram vs. Reality

IZI



12

Influencerin Negin Mirsalehi links auf Instagram, rechts vom Fotografen geknipst.



Hilft leider nur bedingt – befördert aber auch die Körperunzufriedenheit

Helfen Body Positivity Angebote?

IZI



Ja, ein bisschen, jedoch nicht bei Frauen, die ein extrem dünnes Körperideal internalisiert haben.

Helpen Body Positivity Angebote?

IZI

ENFOLK VON TARYN BRUMFITT

Embrace

DU BIST SCHÖN

91% ALLE DEUTSCHEN FRAUEN SIND MIT IHREM KÖRPER UNZUFRIEDEN

45% ALLE FRAUEN MIT GESUNDEM GEWICHT DENKEN, SIE WÄREN ÜBERGEWICHTIG

IN DEN USA WERDEN JEDES JAHR 4 MIO. SCHÖNHETS-OPS DURCHFÜHRT

MEHR ALS 40% ALLE 13 BIS 14-JÄHRIGEN MACHEN REGELMÄSSIG DIÄT

90% DER FÄLLE VON MAGERSUCHT UND BÜLLIMIE BETREFFEN FRAUEN

IN DEUTSCHLAND WERDEN JEDES JAHR MEHR ALS € 1,8 MRD. FÜR DIÄTMITTEL AUSGEGEBEN

49% DER DEUTSCHEN LASSEN REGELMÄSSIG SCHÄNHEITSGRIFFE VORNEMMEN

2023 FILM FESTIVAL

Welche Strategien haben Frauen, die ein positives Verhältnis zu ihrem eigenen Körper haben, um sich nicht von dem auf Instagram vermittelten Schönheitsideal unter Druck gesetzt zu fühlen.

1. Kritik am vermittelten Schönheitsideal;
2. den eigenen Körper und den von anderen wertschätzen;
3. sich auf Werte und Persönlichkeit der Frauen, die als Schönheitsideal hingestellt werden;
4. die Verbindung von Schönheitsidealen mit den negativen Konsequenzen von Schönheitsidealen stellen

(Evens et al., 2021) .

Die geheimen Muster der Selbstinszenierung auf Instagram

So geht MEDIEN

IZI



Eines der wenigen Dinge die wirklich helfen



Wissen um feministische Inhalte und die Notwendigkeit von Gleichstellung (Feltman & Szymanski, 2018).



CELESTE BARBER

LIVE

USA TOUR

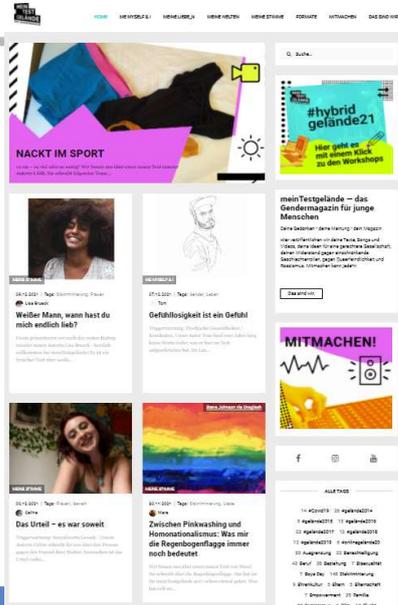


TICKETS ON SALE
JULY 27

celestebarber.com



Sich mit Medien ausdrücken



www.meinTestgelände.de



Lidia, 18 Jahre, Poetry Slamerin



Original

Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!

www.IZI.de

Quellennachweis



- Brown, Z.; Tiggemann, M. (2016/2019). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image* 19/2016 Pages 37-43.
- Cohen, R.; Newton-John, T.; Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image* 23/2017, Pages 183-187
- Eikay, E. V. & Booth, K. M. (2017). Recovery and Maintenance: How Women with Eating Disorders use Instagram. *iConference 2017 Proceedings*, 227–240.
- Evens, O., Stutterheim, S. E., & Alleva, J. M. (2021). Protective filtering: A qualitative study on the cognitive strategies young women use to promote positive body image in the face of beauty-ideal imagery on Instagram. *Body image*, 39, 40-52.
- Fardouly, J., Diedrichs P.C., Vartanian, L.R. (2015b). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly*, 39, 447-457.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694459> [10.01.2019]
- Feierabend, S., Rathgeb, T. & Reutter, T. (2018). JIM 2018. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest.
- Freese, Beate/Koch, Wolfgang: ARD/ZDF-Onlinestudie 2018. Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation. In: Media Perspektiven 9/2018, S. 398-413. URL: <https://www.medienperspektiven.de/2018/09/03/ard-zdf-onlinestudie-2018-zuwachs-bei-medialer-internetnutzung-und-kommunikation/> (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Götz, M. (2019). „Man braucht ein perfektes Bild“. Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram. *TelevIZion 39 (1)*. Vorveröffentlichung
- Götz, Maya & Becker, Josefine (2019). Das »zufällige« überkreuzte Bein. Selbstinszenierungsmuster von Influencerinnen auf Instagram. *TelevIZion digital*, 2019(1), 21-32. Verfügbar unter: https://www.br-online.de/jugend/digital/publikation/televizion/Digital/Goetz_Becker-Lieberkreuztes_Bein.pdf [21.5.19]
- Holland, G. & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image* 17, 100–110.
- Kim, J.W. & Chock, T.M. (2015). Body Image 2.0: association between social grooming on facebook and body image concerns. *Computer in Human Behaviour*, 48, 331-339.
- Kleemans, M. et al. (15.12.2016): Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93 – 110.
- McLean, S.A., Paxton, S.J., Wertheim, E.H. & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *The International journal of eating disorders* 48 (8), 1132–1140.
- Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest (mpfs): JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Stuttgart 2022. URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf (letzter Aufruf: 08.12.2022).
- Melioli, T.; Gonzalez, N.; El Jazouli, Y.; Valla, A.; Girard, M.; Chabrol, H. & Rodgers, R.F. (2018). Utilisation d'instagram, aptitude à critiquer les médias et symptômes de troubles du comportement alimentaire chez les adolescentes. Une étude exploratoire = Instagram and eating disorders. *Journal de Thérapie Comportementale et Cognitive* 28 (4), 196–203.
- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of abnormal psychology*, 118(4), 683.
- Myers, T. A., Ridolfi, D. R., Crowther, J. H., & Ciesla, J. A. (2012). The impact of appearance-focused social comparisons on body image disturbance in the naturalistic environment: The roles of thin-ideal internalization and feminist beliefs. *Body Image*, 9(3), 342-351.
- Murnen, S. K., & Smolak, L. (2009). Are feminist women protected from body image problems? A meta-analytic review of relevant research. *Sex Roles*, 60(3-4), 186.
- Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, 78(5-6), 311-324.
- Mingola, J.; Hutchinson, A.D.; Wilson, C. & Gleaves, D.H. (2017). The Relationship between Social Networking Site Use and the Internalization of a Thin Ideal in Females. A Meta-Analytic Review. *Front Psychol* 8, 1351.
- Tan, T.; Kuek, A.; Goh, S.E.; Lee, E.L. & Kwok, V. (2016). Internet and smartphone application usage in eating disorders. A descriptive study in Singapore. *Asian journal of psychiatry* 19, 50–55.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2019). Social media is not real: The effect of Instagram vs reality images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 1461444819888720.
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in human behavior*, 101, 259-275.



Copyright

Weitergabe, Nachdruck oder Vervielfältigung von Texten, Bildern, Grafiken, Sounddateien, Animationsdateien, Videodateien sowie alle anderen vom IZI zur Verfügung gestellten Inhalte, auch auszugsweise, ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des IZI gestattet.

© Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)

Juli 2023