

Ist das gute Leben auf Instagram?

BEEINFLUSST. Kleidung, Einrichtung, die Frage, wohin man auf Urlaub fährt, bis hin zur politischen Einstellung: Social Media beeinflussen fast alle Bereiche unseres Lebens. Ist das wirklich so gut?

TEXT Ljubiša Buzić

Wenn man sehen will, was in einer Gesellschaft als erstrebenswert gilt, dann muss man sich ihre Werbebilder anschauen – oder ihre Social-Media-Stars. Lifestyle-InfluencerInnen sind für eine ganze Generation die Verkörperung der Wunschvorstellungen vom schönen Leben. Von der Kleidung über die Einrichtung und den Urlaub bis hin zum perfekten Körper orientieren sich immer mehr Menschen an den Vorbildern auf ihren Smartphonescreens. Aber ist das gute Leben wirklich das, was ich auf Instagram sehe?

Laut Statistik Austria hatten im März dieses Jahres drei Millionen Österreicherinnen und Österreicher einen Instagram-Account. Macht man sich die Mühe, Österreichs Top-Influencerinnen zu recherchieren und auf ihre Accounts – manche mit über einer Million FollowerInnen – zu gehen, begegnet einem ein Destillat einer kollektiven Vorstellung von Glück, Schönheit und Erfolg. Und das ist oft sehr materialistisch. Die jungen Frauen halten in ihren Insta-Stories Parfums und Hautcremes in die Kamera, zeigen neue Kleidungsstücke, die neue Halskette und Sonnenbrille in Nahaufnahme oder das tolle Ferienresort auf der tropischen Insel. Dazwischen begegnen einem

rätselhafte Dinge wie eine YouTuberin, die zig Videos davon teilt, wie sie Slime (diese glitschige Masse, mit der Kinder in den 1990ern gespielt haben), selbst macht – mit über einer Million FollowerInnen. Wer das gute Leben auf Social Media sucht, ist auf jeden Fall eines: verwirrt.

INSTA-KOMPLEXE. Das Gefühl, überfordert zu sein von den perfekten Bildern, scheint vielen Menschen bekannt.

Besonders, wenn es um das Thema Körper geht, steht Instagram sehr stark in der Kritik. „Mit der Digitalisierung hat der Körper eine vollkommen neue Sichtbarkeit erlangt. Dadurch wächst der Druck, den realen Körper dem digitalen bzw.

idealen anzupassen“, schreiben etwa Ole Nymoen und Wolfgang M. Schmitt in ihrer scharfen Polemik *Influencer: Die Ideologie der Werbekörper* (Suhrkamp, € 15,50).

Die Netflix-Doku *Das Dilemma mit den sozialen Medien*, in der Facebook, Instagram und Co heftig kritisiert werden, hat sich nicht zufällig 2020 zum Hit entwickelt. Zahlreiche Studien beschäftigen sich mit dem Thema, zuletzt kam eine Untersuchung der britischen *Royal Society for Public Health* zum Schluss: „Instagram ist das soziale Netzwerk, das sich am negativsten auf Wohlbefinden und psychische Gesundheit der Nutzer auswirkt.“

„Instagram ist das soziale Netzwerk, das sich am negativsten auf die psychische Gesundheit auswirkt.“



Vor allem, wenn es um das Thema Geschlechterrollen geht, scheint sich gerade Instagram eher am „guten Leben“ der 1950er-Jahre zu orientieren. Die jüngste Diversitätsstudie der *Malisa-Stiftung* zum Thema „Weibliche Selbstinszenierung auf Social Media“ stellt ein alarmierendes Zeugnis aus. Das Ergebnis: veraltete Stereotype ohne Ende. „Während Frauen sich überwiegend im privaten Raum zeigen, Schminktippis geben und ihre Hobbys präsentieren (Basteln, Nähen, Kochen), bedienen Männer deutlich mehr Themen: von Unterhaltung über Musik bis zu Games, Comedy und Politik“, heißt es von den StudienautorInnen. Kann das wirklich das gute Leben sein?

HASHTAG-WELTEN. Die Medienwissenschaftlerin Isabella Koinig von der *Universität Klagenfurt* sieht die Kritik differenzierter. „Instagram wurde oft dafür kritisiert, idealisierte Bilder und perfekte Körper zu präsentieren, und wurde deshalb immer wieder mit psychischen und gesundheitlichen Gefahren assoziiert. Gerade für junge Mädchen kann der ständige Vergleich auf Social Media tatsächlich zur Gefahr werden – man kann auch von einer ‚digitalen Depression‘ sprechen“, so Koinig. „Der Tenor hat sich in den letzten Jahren aber stark verändert: Einige Studien haben auch positive Effekte von Instagram auf den Selbstwert von Jugendlichen herausgearbeitet.“

Hashtag-Trends wie *#bodypositivity*, *#fitspiration* oder *#loveyourself* haben das Gesicht der sonst so oberflächlichen Plattform menschlicher gemacht und versuchen, den zum Teil toxischen Schönheitsidealen entgegenzuwirken. Instagram versteht unter einem guten Leben zunehmend nicht nur schöne Körper, teure Reisen und Produktpräsentation, sondern auch Themen wie Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit.

„Es gibt Studien, die belegen, dass die Jugend für solche Themen über Social Media sehr stark mobilisiert und sensibilisiert werden kann“, erklärt Koinig, „siehe etwa die *Fridays for Future*-Bewegung, die auch sehr viel Sichtbarkeit über Social Media erhalten hat“, so die Medienwissenschaftlerin. Diese Onlinediskurse können dann weitreichende Auswirkungen haben, wenn zum Beispiel große Unternehmen darauf reagieren, und das führt letztendlich möglicherweise tatsächlich zu einem guten Leben für uns alle. „Wir haben auch schon gesehen, wie einige große Unternehmen begonnen haben, Facebook zu boykottieren und keine Werbung mehr zu schalten, weil es nicht deutlich gegen Hasspostings vorgegangen ist“, so Koinig.

Also vielleicht doch das gute Leben auf Social Media? „Ich würde sagen, sie regen zum Träumen an“, so die Expertin. „Es ist so oder so eine sehr idealisierte Welt, die man dort sieht. Und man träumt groß auf Instagram.“ Ob das dann wirklich das gute Leben ist? Diese Frage lässt auch die Medienwissenschaftlerin unbeantwortet.