

FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

# **Social Media, die gut tut! Gibt's die überhaupt? Wie Social Media das Körperbewusstsein von Mädchen\* und Burschen\* beeinflusst**

Mag.<sup>a</sup> Jutta Eppich, MPH,

Frauengesundheitszentrum, Fachstelle Mädchengesundheit

Identitätsfindung – Jugendliche und digitale Lebenswelten

Fachtag der Offenen Jugendarbeit Kärnten 19. Juni 2023, Velden



# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

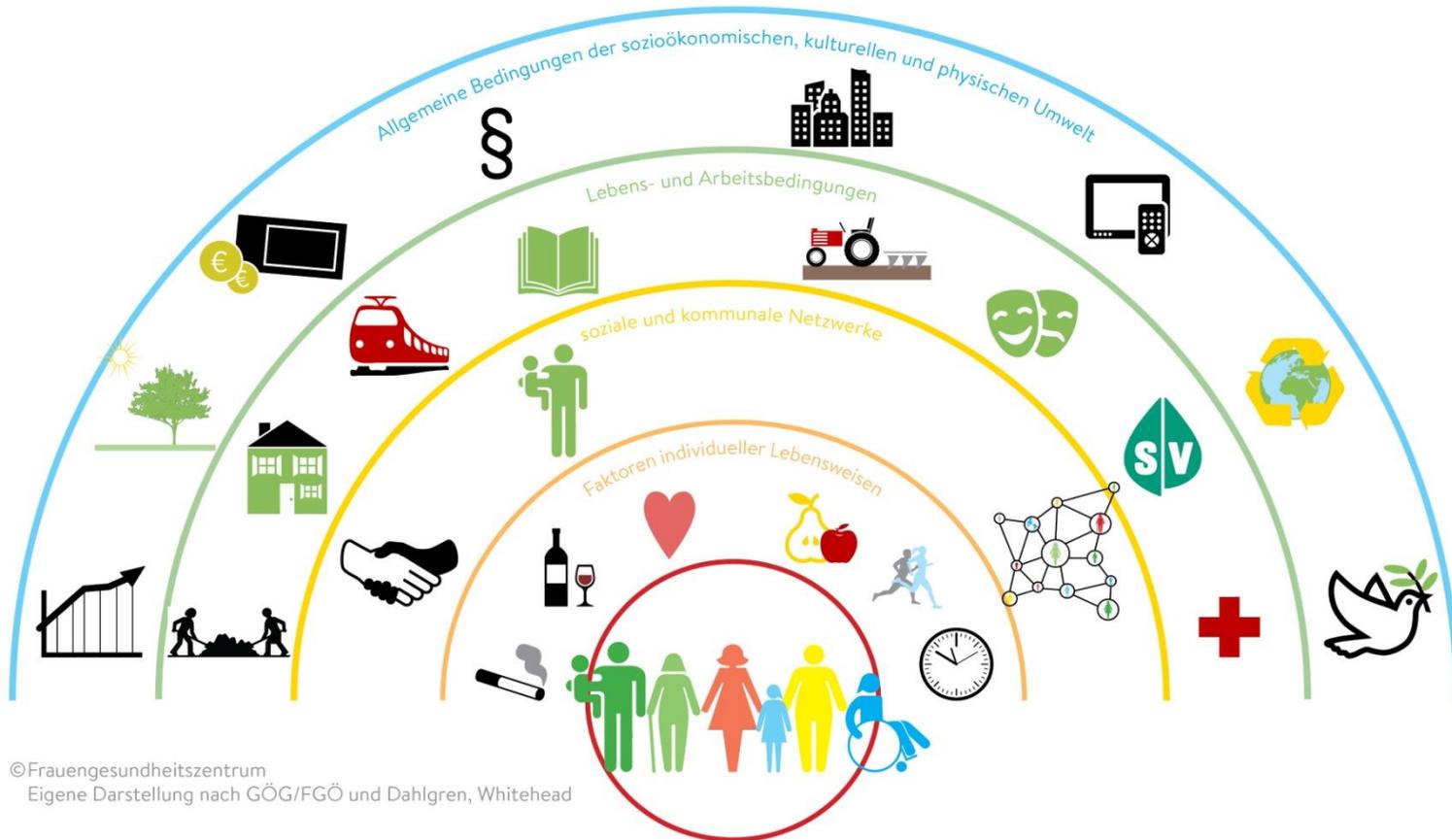
## Gesundheit hat ein Geschlecht

Menschen unterschiedlicher Geschlechter haben andere Möglichkeiten und Risiken, die ihre Gesundheit betreffen.

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

## Determinanten von Gesundheit

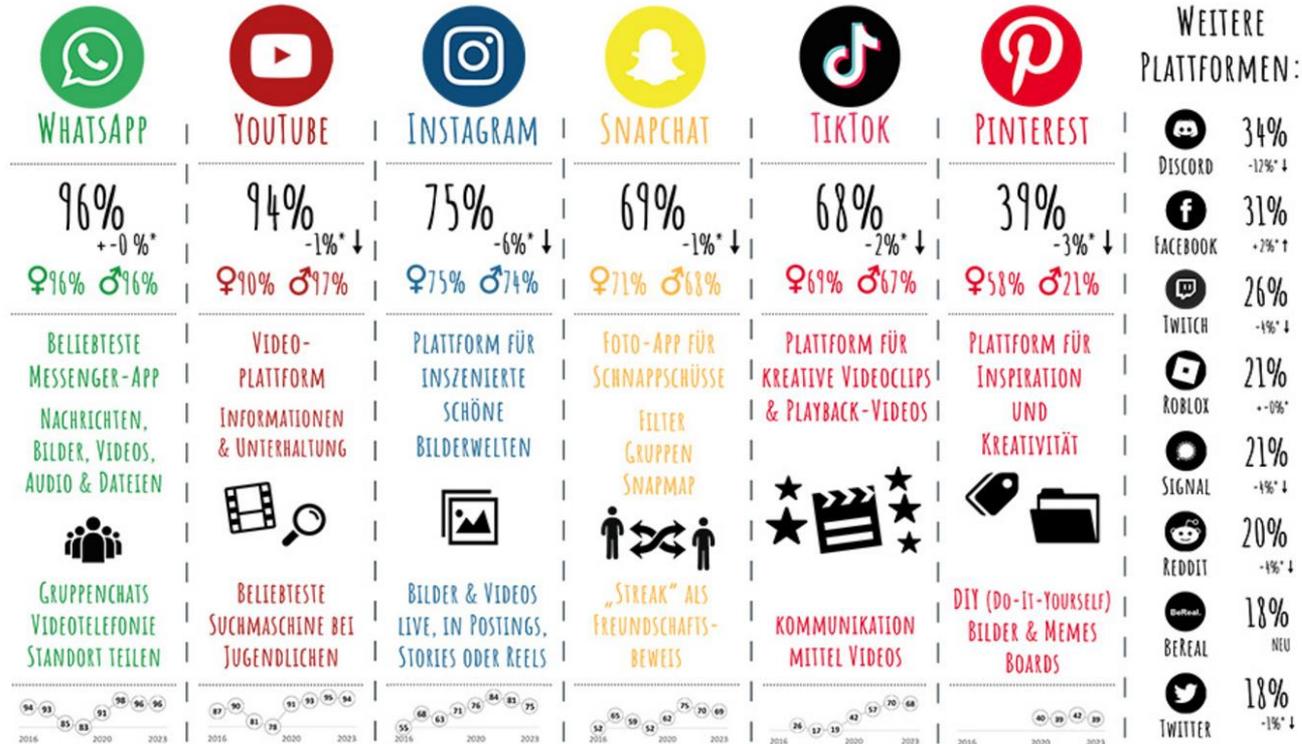


# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

beraten, begleiten, bewegen

## JUGEND-INTERNET-MONITOR 2023 ÖSTERREICH

**Saferinternet.at**  
Das Internet sicher nutzen!



\*Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2022  
Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Jugendlichen in Österreich. Frage: „Welche der folgenden Internetplattformen nutzt du?“ (Mehrfachantworten möglich)  
Repräsentative Onlineumfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 11/2022. n = 400 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 197 Mädchen. Schwankungsbreite 3-5 %.  
Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Icons designed by Freepik.com & Flaticon.com. Font: Amatic SC Bold © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1.  
Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor. Die Europäische Union haftet nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen.  
Gefördert durch das Bundeskanzleramt.

Bundeskanzleramt

Co-funded by the European Union

[https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Services/Jugend-Internet-Monitor/Infografik\\_Jugend-Internet-Monitor\\_2023.pdf](https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Services/Jugend-Internet-Monitor/Infografik_Jugend-Internet-Monitor_2023.pdf)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Nutzungsunterschiede bei Mädchen\* und Burschen\*:

**Pinterest** ist weiterhin **bei der weiblichen (58 %) Zielgruppe deutlich beliebter** als bei männlichen Jugendlichen (21 %).

Im Gegensatz dazu werden die aus dem Gaming-Bereich stammenden **Plattformen Twitch** (Mädchen: 13 %, Jungs: 38 %) **und Discord** (Mädchen: 14 %, Jungs: 54 %) **von wesentlich mehr männlichen Jugendlichen genutzt**

(vgl. Jugend-Internet-Monitor\_2023 von Saferinternet).

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Tägliche Handynutzung Schülerinnen\* und Schüler\*

Wie viel Zeit verbringst du an einem typischen Tag am Handy? (z.B. mit Telefonieren, Spielen, Internet surfen, Kontakten auf Social Media, Filme schauen, Musik hören,...)

5 – 8 Stunden pro Tag

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	11,0 %	12,0 %
Schulstufe 7	24,8 %	19,4 %
Schulstufe 9	40,5 %	30,7 %
Schulstufe 11	46,6 %	37,9 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

## Tägliche Handynutzung Lehrlinge

Wie viel Zeit verbringst du an einem typischen Tag am Handy? (z.B. mit Telefonieren, Spielen, Internet surfen, Kontakten auf Social Media, Filme schauen, Musik hören,...)

5 – 8 Stunden pro Tag

Mädchen*	Burschen*
39,1 %	31,0 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Erfolgloser Versuch im vergangenen Jahr weniger  
Zeit auf sozialen Medien zu verbringen  
Schülerinnen\* und Schüler

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	32,5 %	30,2 %
Schulstufe 7	48,4 %	29,7 %
Schulstufe 9	52,8 %	33,8 %
Schulstufe 11	54,1 %	35,8 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Erfolgloser Versuch im vergangenen Jahr weniger  
Zeit auf sozialen Medien zu verbringen  
Lehrlinge

Mädchen*	Burschen*
38,6 %	25 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Andere Aktivitäten regelmäßig vernachlässigt, weil  
Nutzung sozialer Medien wichtiger  
Schülerinnen\* und Schüler\*

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	21,5 %	27,8 %
Schulstufe 7	28,7 %	23,8 %
Schulstufe 9	27,6 %	20,0 %
Schulstufe 11	28,2 %	16,9 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Andere Aktivitäten regelmäßig vernachlässigt, weil  
Nutzung sozialer Medien wichtiger  
Lehrlinge

Mädchen*	Burschen*
22 %	19 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Nutzung sozialer Medien, um negativen Gefühlen  
zu entkommen

Schülerinnen\* und Schüler\*

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	28,5 %	28,3 %
Schulstufe 7	48,2 %	35,8 %
Schulstufe 9	60,5 %	39,9 %
Schulstufe 11	59,9 %	42,1 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

Nutzung sozialer Medien, um negativen Gefühlen zu entkommen  
Lehrlinge

Mädchen*	Burschen*
50,3 %	36,4 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

**Welchen Einfluss hat Social Media  
auf das Körperbild und in Folge auf  
das Körperbewusstsein von  
Mädchen\* und Burschen\*?**

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Fakt ist:

Das, was emotional tangierend im Netz geschieht und gezeigt wird, hat reale Auswirkungen darauf, wie Menschen ihre Identität konstruieren

*(vgl. Pirker 2018).*

Das heißt:

Wie auf Social Media (und anderen Medien) Frauen\* und Männer\* dargestellt werden, produziert Vorstellungen darüber, was Frauen\* und Männer\* ausmacht!

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Frauen zeigen sich überwiegend im privaten Raum, geben Schmink- und Modetipps und präsentieren ihre Hobbies (Basteln, Nähen, Kochen)

Man sieht Frauen häufig mit vergnügtem, entzücktem Gesichtsausdruck oder mit unfokussiertem, laszivem Blick (vgl. Malisa Studie 2019).

## Tricks der Influencerinnen

Für längere Beine von unten nach oben fotografieren, seitlich hinstellen, strecken, Bauch einziehen oder Beine überkreuzen

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Tricks der Influencerinnen: Posen

Beispiel Danaemercer

[https://www.instagram.com/reel/Cs\\_luCwtdpw/?hl=de](https://www.instagram.com/reel/Cs_luCwtdpw/?hl=de)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Tricks der Influencerinnen:

Benutzen von Filtern, z.B. Bold Glamour Filter

Beispiele

<https://twitter.com/memotv/status/1629908382755766272>

<https://twitter.com/memotv/status/1629908703687196676>

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## **Tricks der Influencerinnen:**

**Das perfekte Leben von morgens bis abends**

**Beispiel:**

**Embracing reality**

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

Fitspiration Frauen\* *beraten, begleiten, bewegen* und Thinspiration:

→ Pro Ana und Pro Mia

→ Tipps und Challenges

# weightless

# weightloss

# skinnylegs

# skinnyfit

# thin

# challenge

# challengeyourself

# smallwaist

# caloriedcounting

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## **Gegenbewegungen: Body Positivity**

entwickelte sich Ende der 60er Jahre in den USA aus der Fat Acceptance Bewegung, die sich für die Rechte dicker Menschen beziehungsweise für die Anerkennung von körperlicher Vielfalt einsetzte. Inzwischen ist die Bewegung dank sozialer Medien zu einem weltweiten Phänomen geworden (vgl. Kindinger 2019).

### **Botschaft:**

Akzeptanz und Respekt für alle Körper unabhängig von Form, Größe und Merkmalen.

Zielt darauf ab, die Definition von Schönheit in der Gesellschaft zu ändern.

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Vertreterin Body Positivity

Beispiel Celeste Barber

[https://www.instagram.com/reel/CtYvqNng8Bv/?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/CtYvqNng8Bv/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igshid=MzRIODBiNWFIZA==)

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Gegenbewegungen: Body Neutrality

Körperneutralität zielt darauf ab, weniger Wert auf das physische Erscheinungsbild zu legen.

Beispiele für Körperneutralitätsbotschaften sind "Du bist mehr als ein Körper" und "Dein Körper existiert nicht, um den Augen anderer zu gefallen".

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Männer bedienen deutlich mehr Themen:  
von Unterhaltung über Musik bis zu Games, Comedy und  
Politik (vgl. Malisa Studie 2019).

Ganz oft müssen sie aber etwas Besonderes vollbringen,  
aus der Masse herauszuragen, Erster, Bester, Auserwählter  
sein, das Unvorstellbare vollbringen, die gefährlichsten  
Gefahren bestehen!

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

**Das hat einerseits natürlich etwas  
mit Körperbildern zu tun...**

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

**Tricks der Influencer:**

**Fotobearbeitung**

**Fitspiration bei Männern\*:**

**Einsatz von Hilfsmitteln für mehr Muskeln -**

**Eiweißpräparate und Anabolika**

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

**... andererseits natürlich auch etwas mit Rollenbildern.**

***Was macht einen Mann, neben Muskeln, zu einem echten Mann?***

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Ergebnisse aus der Plan International Deutschland Studie, 2023

- 71 Prozent der befragten jungen Männer glauben, persönliche Probleme selbst lösen zu müssen, ohne um Hilfe zu bitten.
- Die Hälfte der Befragten (51 Prozent) ist der Überzeugung, sie sei schwach und angreifbar, wenn sie Gefühle zeigt.
- 53 Prozent der Teilnehmer sagen, es sei ihnen unangenehm, über ihre Gefühle zu sprechen.
- 52 Prozent der jungen Männer sehen ihre Rolle darin, im Beruf genug Geld zu verdienen. Für Hausarbeit ist ihrer Meinung nach vor allem die Partnerin zuständig (vgl. Plan International 2023).

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Bilder wirken! Das weiß man schon lange!

## Fidschi-Studie

Auf den Fidschi Inseln galten lange Zeit fülligere Formen als schön.

Die Psychiatrie-Professorin Anne Becker aus Boston hatte 129 junge Frauen\* auf Fidschi 1995 zu Beginn der TV-Ära befragt und erneut 1998. Ergebnis: Drei Jahre nach der Einführung des Fernsehens versuchten 15 Prozent der Teenager ihr Gewicht durch Erbrechen zu kontrollieren, zuvor waren es lediglich 3 Prozent. Der Sender strahle vor allem westliche Programme aus und vermittele so ein neues Schönheitsideal

(vgl. Anne Becker: *Body, Self, and Society: The View from Fiji*. University of Pennsylvania Press, 1995).

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Körperselbstbild, WHO-HBSC-Survey 2021/22

Glaubst du, dass du ...

... viel zu dünn bist

... ein bisschen zu dünn bist

... ungefähr das richtige Gewicht hast

... ein bisschen zu dick bist

... viel zu dick bist

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

Körperwahrnehmung ein etwas zu dick/viel zu dick

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	30,3 %	26,3 %
Schulstufe 7	44,2 %	38,6 %
Schulstufe 9	43,4 %	30,5 %
Schulstufe 11	42,5 %	23,6 %

Tatsächlich mehr Gewicht/adipös

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	16,0 %	23,4 %
Schulstufe 7	17,3 %	31,2 %
Schulstufe 9	15,9 %	19,8 %
Schulstufe 11	16,8 %	25,6 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

Körperwahrnehmung viel zu dünn/ein bisschen zu dünn

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	18,0 %	19,5 %
Schulstufe 7	13,9 %	18,9 %
Schulstufe 9	13,9 %	25,7 %
Schulstufe 11	12,1 %	30,4 %

Tatsächlich viel zu dünn/niedriges Gewicht

	Mädchen*	Burschen*
Schulstufe 5	19,9 %	13,3 %
Schulstufe 7	15,0 %	9,4 %
Schulstufe 9	13,5 %	8,4 %
Schulstufe 11	11,9 %	7,7 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

## Körper selbstbild

### Lehrlinge

Körperwahrnehmung etwas zu dick/viel zu dick

Mädchen*	Burschen*
47,7 %	34,8 %

Tatsächlich mehr Gewicht/adipös

Mädchen*	Burschen*
26,7 %	35,9 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Körperselbstbild Lehrlinge

Körperwahrnehmung etwas zu dünn/viel zu dünn

Mädchen*	Burschen*
13,9 %	24,7 %

Tatsächlich zu dünn/niedriges Gewicht

Mädchen*	Burschen*
11,0 %	5,7 %

(vgl. WHO-HBSC-Survey 2021/22)

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Das Posten und Betrachten von Fotos wurde als besonders bedeutend in Zusammenhang mit Körperbild- und Essproblemen identifiziert

(vgl. Holland, Tiggemann 2016).

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Die Wirkungen von Social Media auf das Körper- und Rollenbild von Mädchen\* und Burschen\* sind also vielfältig und stark

→ Kann Social Media bei so vielen Risiken überhaupt auch gut tun?

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## GIRLSPIRIT Influencerinnen für Power und gesunde Inspiration



Ein Projekt des Frauengesundheitszentrums, gefördert aus den Mitteln des Fonds Gesundes Österreich und des Landes Steiermark, Ressort Gesellschaft, Bildung, Gesundheit und Pflege.

 **Bundesministerium**  
Soziales, Gesundheit, Pflege  
und Konsumentenschutz

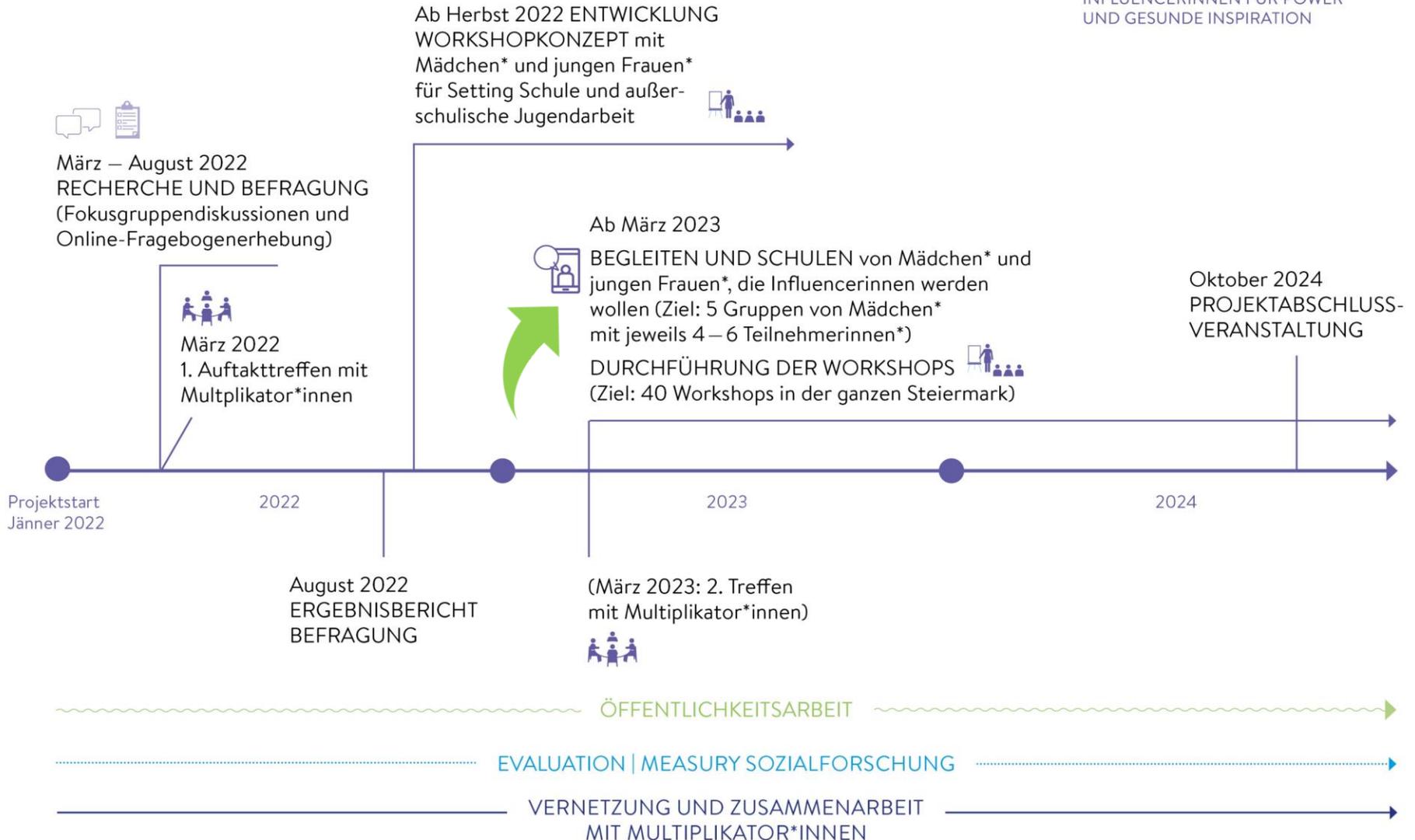
Gefördert aus den Mitteln des Fonds Gesundes Österreich  
**Gesundheit Österreich**  
GmbH 

Geschäftsbereich  
**Fonds Gesundes Österreich**

 **Das Land Steiermark**  
→ Bildung, Gesellschaft,  
Gesundheit und Pflege

# GIRLSPIRIT

INFLUENCERINNEN FÜR POWER  
UND GESUNDE INSPIRATION



# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

Folgt uns!



girlspirit\_project



girlspirit project



girlspirit project

**FRAUENGESUNDHEITZENTRUM**

*beräten, begleiten, bewegen*

**Social Media: Was, wann, wo**

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Unsere Rubriken in unserem Redaktionsplan

- Projektnews
- Mythen und Fakten (rund um körperliche Entwicklung, Sexualitäten, Rechte, Woran erkenne ich eine erfolgreiche Diät?...)
- Empfehlungen für Good to follow Accounts
- Tipps für mehr Selbstbewusstsein, Tipps bei Panikattacken...
- Beantworten von Secret Questions aus unseren Workshops
- Posten motivierende Sprüche
- Ferienflow (Vorstellen von Menstruationsprodukte)
- Learn something new Beiträge
- Aufgreifen von Trends: z.B. What I eat in a day

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*



# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*



**FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM**

*beräten, begleiten, bewegen*

**Querschnitt Medley**

## Tipps für die Praxis

- Bleibt mit den Jugendlichen in Diskussion
- Seid gute Vorbilder in Bezug auf Social Media Nutzung und in Bezug auf Körperbilder
- Brecht Rollenbilder auf
- Regt zu vielfältigerem Feed an und nennt „good to follow-Accounts“
- Besprecht Merkmale guter Infos
- Stärkt das Selbstbewusstsein junger Menschen
- Achtet bei euren eigenen Beiträgen auf „Echtheit“, „Richtigkeit“ und „Normalisierung“

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

**Werte, Einstellungen, Lebensmodelle, die durch die jeweiligen Profile auf Insta und Co dargestellt werden, werden in die Identitätsentwicklung mit aufgenommen!**

**Also lasst uns gemeinsam POSITIVEN Einfluss nehmen 😊**

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Podcasts

**#stopbodyshaming** des Frankfurter Zentrums für Essstörungen

Folge 1: Soziale Medien, Körperbilder und Essstörungen

Folge 2: "Call of Beauty" meets "SoulFoodJourney"

Folge 3: Gewichtsdiskriminierung intersektional gedacht

Folge 4: Wir sind selbst die Autor:innen unseres Schönheitsideals

<https://essstoerungen-frankfurt.de/stopbodyshaming>

### **Wie sich Schönheitsideale verändern**

Soziologin und Genderforscherin Paula-Irene Villa Braslavsky von der Ludwig-Maximilians-Universität in München ist zu Gast im Podcast Edition Zukunft.

<https://www.derstandard.at/story/2000130773026/von-ops-undbody-positivity-wie-sich-unsere-schoenheitsideale-veraendern?ref=article>

### **Projekt INSIDE Social-Media-Empowerment im Kontext Gesundheit für Jugendliche**

#### **Projekt-Podcast von Mädchen\* und jungen Frauen\***

Folge 1 — Selbstbewusstsein (Themen Selbstbewusstsein und Selbstwert)

Folge 2 — Body Positivity und Body Neutrality (Wie wird Schönheit durch Social Media beeinflusst?

Was ist Body Positivity und Body Neutrality? Tipps, wie wir liebevoll zu unserem eigenen Körper sein können)

Anhören unter <https://www.logo.at/na-logo-podcast>

# FRAUENGESUNDHEITZENTRUM

*beraten, begleiten, bewegen*

## Online Kurs

### **Interaktiver Online-Kurs zu den aktuellen Themen Social Media und Ernährung.**

In rund vier Stunden bekommen Teilnehmer\*innen theoretische Inputs, erfahren aber auch praktische Übungen, die sie später in ihrer Arbeit mit Jugendlichen umsetzen können. Die Teilnehmenden schließen den Kurs mit einem Zertifikat ab.

Der Kurs beinhaltet etwa folgende Themen:

- Ernährungskompetenz
- Diäten und Genuss
- Körperbilder und Trends auf Social Media
- Social-Media-Inhalte bewusst nutzen
- Hass und Bodyshaming

### **Anmeldung und Registrierung**

<https://digiges.stmk.gv.at/login/index.php> (rechts oben „Neues Konto anlegen“ und die erforderlichen Daten angeben. Im Anschluss erhält man einen Bestätigungslink per E-Mail. Mit diesem Link gelangt man direkt zu den Online-Kursen.

Einfach unter Selbsteinschreibung (Teilnehmer/in) mit den Zugangsdaten anmelden und loslegen!  
Falls Sie bei der Registrierung Unterstützung benötigen, wenden Sie sich bitte an [eva.gfoeller@logo.at](mailto:eva.gfoeller@logo.at),  
0676 45 636 44

# FRAUENGESUNDHEITSZENTRUM

*beräten, begleiten, bewegen*

## Quellen

**Becker, Amme (1995):** Body, Self, and Society: The View from Fiji. University of Pennsylvania Press

**Bundesministerium für Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz (Hrsg.) (2023):** Gesundheit und Gesundheitsverhalten von österreichischen Schülerinnen und Schülern. Ergebnisse des WHO-HBSC-Survey 2022/23, Wien

**Götz, Maya (2019):** »Man braucht ein perfektes Bild« Die Selbstinszenierung von Mädchen auf Instagram In: Television Digital Seite 21 – 32

**Holland, Grace / Tiggemann, Marika (2016):** A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes

**Jugend Internet Monitor 2023**

[https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Services/Jugend-Internet-Monitor/Infografik\\_Jugend-Internet-Monitor\\_2023.pdf](https://www.saferinternet.at/fileadmin/redakteure/Services/Jugend-Internet-Monitor/Infografik_Jugend-Internet-Monitor_2023.pdf)

**Plan International Deutschland e.V. (Hrsg.) (2023):** Spannungsfeld Männlichkeit. So ticken junge Männer zwischen 18 und 35 Jahren in Deutschland

**Viera Pirka (2018):** Media und psychische Gesundheit. Am Beispiel der Identitätskonstruktion auf Instagram In: Communicatio Socialis Seite 467 – 480