

Kultur & Gesellschaft

Geschönte Körper machen krank

Gefährdete Selbstwahrnehmung Geheime Studienresultate von Facebook zeigen: Viele Teenager entwickeln bei intensivem Instagram-Konsum psychische Störungen. Jetzt kämpfen einige Influencer gegen den Schönheitswahn.

Alexandra Kedves

Zwei Stunden lang hatte sie sich für eine Party aufgebremst. Der Typ an ihrer Seite war seinerseits total «instagrammable». So verbrachte das Paar eine Stunde mit einer Prä-Party-Fotosession für Instagram; und ja, das Foto generierte Likes und Komplimente. «Doch das Verrückte ist: Nach der Fotosession fand ich ein paar Ausreden und ging heim. Zu Hause verkroch ich mich und heulte, weil ich mich nicht schön fühlte.»

Von diesem Schock erzählt Teagan Simpson in einem der TED Talks, die sie und ihre Zwillingsschwester Keisha bestritten haben, seit ihr erster aktivistischer Instagram-Account sie ins Rampenlicht katapultierte. Es geht um ihren Weg vom Zusammenbruch zu ihrer globalen Bewegung Live Life Unfiltered und zur Instagram-Challenge #AsShels mit ungeschönten Fotos. Diese soll bis jetzt über 100 Millionen Menschen erreicht haben. Stars wie Singer-Songwriter Alessia Cara haben mitgemacht.

Keisha wiederum schämte sich für ihre Beine, taxierte bei jedem Insta-Post die der anderen, löschte die App schliesslich – und meldete sich nur eine Woche später wieder an. Ihr neuer Fokus auf Body-Positivity-Influencer tröstete sie jedoch nicht. Den zwei Kanadierinnen gings wie vielen Heranwachsenden überall: Ständig den eigenen Körper und das eigene Glück via Instagram mit dem anderer zu messen, löste eine Spirale des Unglücks aus. Unsicherheit und ein verkorkstes Bodyimage, Ängste, depressive Schübe.

Alles Quatsch von Übersensibelchen, die keine echten Probleme haben? Mitnichten! Sogar interne Untersuchungen von Instagram belegen die Risiken. Neulich gelangte das «Wall Street Journal» an die geheimen Daten und titelte: «Facebook weiss, dass Instagram für Teenage-Mädchen toxisch ist». Es sei den Bossen bewusst, dass die Plattform «bei einer von drei Jugendlichen das Bodyimage verschlimmert» und viele Teens – auch Knaben – ihren Instagram-Konsum als eine Ursache für depressive Episoden und Angststörungen ansähen. Doch Facebook wie Instagram hielten das Problem unter dem Deckel.

Retuschieren als Sucht

Die Geschichte warf rund um den Globus hohe Wellen, und Facebook-Forschungsleiter Pratiti RayChoudhury veröffentlichte eine Art Dementi: Das sei alles verzerrt; die Studie sei ohnehin nicht aussagekräftig aufgrund der wenigen Befragten. Zudem hätten selbst weibliche Teenager auch viele Pluspunkte von Instagram erwähnt.

Facebook bestreitet freilich nicht, dass 32,4 Prozent der Studienteilnehmerinnen ein verschlechtertes Körperbild und 33 Prozent eine problematische Social-Media-Nutzung meldeten. Kein Impact von Instagram oder gar ein positiver sei hingegen in den Bereichen Familienstress, Traurigkeit und Einsamkeit rapportiert worden.



Schmeichelnde Posen, gute Beleuchtung und Bildbearbeitungsprogramme verhelfen zur Wespentaille, zur XL-Oberweite und zu reiner Haut. Fotos: Screenshot Instagram/izzierodgers/Instagram

Schon 2019 zeigte eine britische Studie mit 10'000 Jugendlichen, dass gerade junge Frauen bei intensiver Social-Media-Nutzung ihre psychische und auch physische Gesundheit gefährden. Längst sind auch die Effekte der Filter und der Selfie-Manie in den Blick geraten: Die obsessive Beschäftigung mit der Selbstdarstellung via Selfie führt zu weniger Zufriedenheit mit sich selbst, sogar dann, wenn man nichts retuschiert.

«Instagram Kids» wird verschoben

Nachdem eine Ex-Produktmanagerin von Facebook die heiklen internen Studiendaten geleakt hatte, wurden auch im US-Senat kritische Fragen gestellt. Daraufhin legte Facebook den Plan für ein «Instagram Kids» (für Kinder unter 13) auf Eis. Man halte am «Produkt» zwar entschieden fest,

Retuschen verstärken den negativen Effekt. Keisha Simpson spricht von fast süchtigem Verhalten: «Wenn ich am Montag meine Beine photoshoppe, mache ich das auch am Donnerstag. Wann und wie kann ich dann aufhören, mein verändertes Cyber-Self zu präsentieren – vor allem wenn ich als Belohnung dafür bereits 300 Likes erhalten habe?» Zumal laut Umfragen über 70 Prozent der Generation Z davon träumen, eine Online-

berühmte Instagram-Chef Adam Mosseri. Aber man wolle den Expertinnen, Politikern und Eltern erst seinen «Wert und Nutzen» sowie seine Sicherheit darlegen.

Für kritisch Eingestellte wie die amerikanische Non-Profit-Gruppe Common Sense, die Eltern und Schulen in Technologie- und

Berühmtheit zu werden (Millennials: 55 Prozent).

Die unablässige Selbstbewertung und der Glücksmassstab aus Likes und Followern inklusive Dopaminkick sind ungesund. Und retuschiert man alle Bilder von sich, damit sie den retuschierten Bildern der anderen gleichen, erträgt man bald kaum noch das kleine, hässliche Selbst im Spiegel. Und man beginnt, reale Begegnungen zu fürchten – weil die Filterkrücke fehlt.

Medien-Fragen berät, klingt das wie Hohn in den Ohren. Und abgesehen von den «Kids» – brennend bleibt das Problem bei den Grösseren. Denn der Rüstungswettlauf mit Filtern, Bildbearbeitungsprogrammen lässt reale Körper alt aussehen. Oder dick. Hässlich. (ked)

Was geschönte Bilder in Magazinen bei jungen Frauen auslösen können, ist seit drei Dekaden bekannt: Selbsthass, ein gestörtes Körperbild, Unsicherheit, Essstörungen. Seither haben die psychischen Probleme bei jungen Menschen markant zugenommen. Keine Frage, die sozialen Medien potenzieren den Druck. Selbst die besten Freunde präsentieren täglich eine geschönte Version ihrer selbst. Die Influencer wieso.

Norwegen verabschiedete daher im Juni ein neues Gesetz: Werberinnen, Celebritys und Influencer müssen, wenn sie kommerziell Fotos posten, es deklarieren, wenn Form, Grösse oder Haut eines Körpers retuschiert oder sonst wie manipuliert wurden. Foto-Editing in den sozialen Medien trage zu sozialer Unsicherheit, Körperbildstörungen und schwachem Selbstwertgefühl bei, besonders bei jungen Leuten, begründete das Familienministerium das Gesetz.

Retuschiert man alle Bilder von sich, erträgt man bald kaum noch das kleine hässliche Selbst im Spiegel.

«Früher debattierte man über den schlimmen Einfluss von Barbies Körperproportionen», sagt Teagan Simpson. «Eltern, habt ihr die Fotos gesehen, durch die die eure Töchter täglich scrollen?» Und durch die Pandemie mit ihren Zoom-Sitzungen, den Stunden, in denen man zwangsläufig sich selbst auf dem Bildschirm sah, wurden körperdysmorphe Störungen – heftiger Leidensdruck wegen der Konzentration auf eingebaute oder leichte Defekte im Erscheinungsbild – nachweislich häufiger.

Über die Hälfte der Menschen, die sich für kosmetische Chirurgie entscheiden, erwarten explizit, dass sie danach auf Selfies gut aussehen, heisst es in einer neuen Studie. Zu den Schönheitschirurginnen und -chirurgen bringen die Leute als Zielvorstellung oft Fotos ihrer geschönten Instas mit: Das gefilterte Ich wird als das eigentliche verherrlicht. Kurz, die kapitalistische Wunschfabrik läuft wie geschmiert: Kauf dir ein besseres Gesicht mit Filtern, Make-up, OPs.

Anna Werling, Oberärztin an der Klinik für Kinder- und Jugendpsychiatrie in Zürich, relativiert, dass viele gut mit dem Einfluss der Social Media umgehen und keinen psychischen Schaden nähmen. «Psychisch abile Jugendliche mit tiefem Selbstwert sind aber stark gefährdet, dass sich negative Gefühle und Verhaltensmuster verstärken.» Der Dauervergleich mit unrealistischen Idealbildern sei eines dieser Muster, ein anderes

das Übernehmen falscher Lösungsstrategien wie Dünnsein.

Allerdings beobachtet Werling selbst bei gesunden Jugendlichen eine negative Wirkung: «Durch den ständigen Vergleich mit anderen – wer hat mehr Follower, mehr Likes – wird das Selbstwertgefühl kurzfristig beeinträchtigt. Man fühlt sich unwohl. Instagram und Tiktok sind sehr bildlastig und darum besonders ungünstig.»

Der Kommunikationseffekt – den Instagram anpreist – falle dagegen fast ganz weg. Stattdessen sei man nur dabei, «sich zu «präsentieren», zu gefallen und dafür Feedback zu erhoffen».

Geschäftsmodell Entlarvung

Auf Youtube und anderen Kanälen hat sich mittlerweile eine Gegenbewegung etabliert. Nicht nur Live Life Unfiltered machte die Runde, sondern manche Influencerinnen und Influencer verwandelten die Entlarvung der anderen in ein Geschäftsmodell. So führt die Australierin Stephanie Lange (mit 1,6 Millionen Youtube-Abonnenten) knallhart «Schwindlerinnen» und deren Verschönerungstricks vor: die Ausleuchtung, den Winkel und simple Bildprogramme, um die Nase dünner, den Po runder, die Taille schmäler zu zeichnen.

Lange zeigt unvorteilhafte, ungefilterte Paparazzi-Fotos von Celebritys. Ihre – kommerziell verwerteten – Videoclips finden zahlreiche Zuschauerinnen, die sich damit trösten; etwa mit «Der wahre Grund, wieso du ohne Make-up hässlich bist» oder «Body Goals: Toxische Schönheitsstandards», ein historischer Abriss vom befreiten Frauenkörper der 1920er bis zum physisch unmöglichen Wespentaille-Ideal von heute.

Auch Celebface auf Instagram oder Schönheitsguru James Welsh auf Youtube demonstrieren, wie die wundersame Veränderung abläuft. Die Augmented-Reality-Filter, AR-Filter, legen sich quasi aufs Kameraauge. Welsh führt die Zauberei am eigenen Gesicht vor.

Solche Entlarvungen locken viel Publikum an. Selbst «Vogue Business» publizierte daher 2021 einen Artikel über die «Ethik und Zukunft schmeichelnder AR-Filter». Allerdings sind die Firmen den Entzauberern und auch etwaigen Verboten mit ständig evolvierenden Filtern oft einen Schritt voraus. So klagten diverse Influencerinnen und Influencer, die es mit einem ungefilterten Look hatten probieren wollen, dass man sie zwangsgesfiltert, ihren Auftritt im Netz verschönert habe – teils wohl auch auf Wunsch ihrer Sponsoren.

Tiktokerin Tori Dawn mit rund 350'000 Followern war überrascht, als sie Ende Mai auf Tiktok ein Gesicht sah, das nicht mehr das ihre war, sondern eine schlankere, femininere Version davon; und der Effekt liess sich nicht ausschalten. Nach vielen Protesten ebenfalls betroffener User stoppte Tiktok die Zwangverschönerung und sprach von einem undefinierten «Problem». Nichtsdestotrotz: Die Schlacht um den Auftritt im Netz ist in vollem Gang.