

DER EINFLUSS VON INSTAGRAM-PEERGROUPS AUF JUGENDLICHE: EIN VERGLEICH ZU REALEN PEERGROUPS

In welchem Maße beeinflussen Online-Peergroups auf Instagram das Selbstbild, die sozialen Normen und das allgemeine Wohlbefinden von Jugendlichen im Vergleich zu realen Peergroups?

AUTOREN

Lena Feldsien & Nando Schmidt
lena.feldsien@studium.uni-hamburg.de
nando.schmidt@studium.uni-hamburg.de

FORSCHUNGSFRAGE/THESE

Instagram hat sich als zentrale Plattform für Jugendliche etabliert (vgl. Schach 2022: 139–140). Besonders die algorithmisch gesteuerten Interaktionen und der ständige visuelle Vergleich prägen die Wahrnehmung und das Verhalten junger Nutzer*innen. Diese Studie untersucht, inwiefern Online-Peergroups auf Instagram das Selbstbild, die sozialen Normen und das Wohlbefinden von Jugendlichen beeinflussen – insbesondere im Vergleich zu traditionellen Face-to-Face-Peergroups (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2023: 4). Dabei wird die These geprüft, dass Instagram-Peergroups das Selbstbild und soziale Normen stärker formen als reale Peergroups und dass der verstärkte soziale Vergleich sowie die digitale Selbstinszenierung zu Veränderungen im Wohlbefinden führen können.

METHODIK

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt, der quantitative und qualitative Methoden kombiniert (vgl. Döring & Bortz 2016: 22). Eine Online-Umfrage unter 53 Schüler*innen erfasste Trends zum Einfluss von Instagram-Peer-Groups auf Selbstbild, sozialen Vergleich und Wohlbefinden. Standardisierte Fragebögen mit geschlossenen und offenen Fragen wurden verwendet, und die Ergebnisse mit theoretischen Konzepten verglichen. Ergänzend vertieften leitfadengestützte Interviews mit vier Jugendlichen subjektive Erfahrungen und persönliche Einschätzungen (vgl. Helfferich 2011: 26).

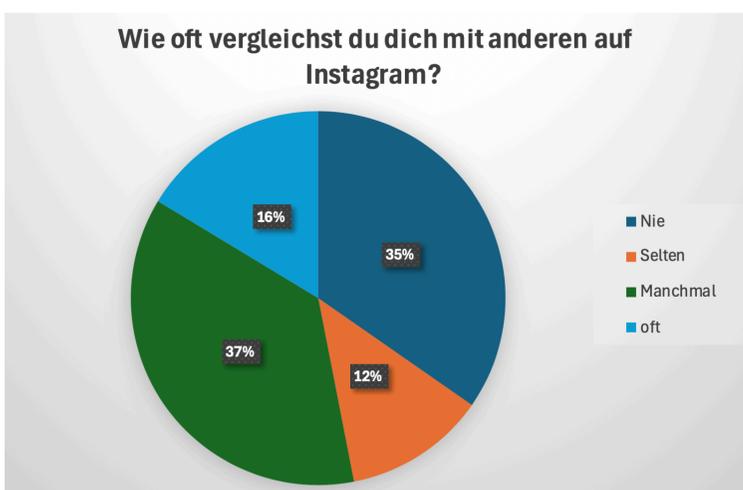
ZIEL

Diese Untersuchung analysiert den Einfluss von Instagram-Peergroups auf das Selbstbild, die sozialen Normen und das Wohlbefinden von Jugendlichen im Vergleich zu realen Freundeskreisen. Im Fokus steht die Frage, inwieweit soziale Vergleiche und Interaktionen auf Instagram das Verhalten und die Einstellungen Jugendlicher prägen und ob diese einen stärkeren Einfluss als persönliche Peergroups haben (vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2023: 4).

WEITERFÜHRENDE LITERATUR



ERGEBNISSE



Reale Peergroups sind für Jugendliche die wichtigste soziale Bezugsgröße: 98 % fühlen sich stärker von ihren realen Freunden als von Instagram beeinflusst, und 95 % geben an, sich im persönlichen Umfeld wohler zu fühlen.

Instagram fördert dennoch soziale Vergleiche: 53 % der Befragten vergleichen sich dort zumindest gelegentlich, vor allem weibliche Jugendliche zwischen 14 und 16 Jahren. 69 % nehmen einen Einfluss von Instagram auf ihre Selbstwahrnehmung wahr, wobei nur weibliche Befragte einen starken Einfluss angaben.

Emotionale Effekte sind gemischt: Während sich 50 % nach längerer Instagram-Nutzung gut fühlen, berichten ebenso viele von negativen Gefühlen. 41 % geben an, dass Instagram ihnen hilft, sich bei Stress oder Traurigkeit besser zu fühlen.

47 % der Jugendlichen passen ihr Verhalten oder ihre Kleidung aufgrund von Instagram an, insbesondere 14- bis 16-Jährige. Dennoch bleibt der Einfluss realer Freundschaften auf soziale Normen und Identität dominierend.

Die Ergebnisse zeigen, dass Instagram das Selbstbild beeinflussen kann, aber reale Peergroups entscheidend für das Wohlbefinden und die soziale Orientierung sind.

