

Soziale Medien und #fitspiration in der jugendlichen Sport – und Bewegungskultur – Ein systematisches Review qualitativer und quantitativer Studien

Einleitung und Problemstellung

Soziale Medien sind wichtiger Bestandteil der jugendlichen Lebenswelt. Laut der aktuellen JIM-Studien nutzen 62% der Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren täglich bzw. mehrmals die Woche Instagram, 59% greifen täglich bzw. mehrmals täglich auf TikTok zu (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2023). Dass soziale Medien eine wichtige Rolle für das Sport treiben von Jugendlichen haben, ist vor allem seit der Corona-Pandemie in den Fokus sportwissenschaftlicher Untersuchungen gerückt und die Anzahl der Publikationen in diesem Feld hat vor allem im englischsprachigen Raum enorm zugenommen. Um einen Überblick über den umfassenden Forschungsstand zum Thema #fitspiration in der jugendlichen Sport- und Bewegungswelt zu erhalten, wurde ein systematisches Review qualitativer und quantitativer Studien unter folgenden Fragestellungen durchgeführt: 1) Wie viele Jugendliche und wie häufig nutzen sie soziale Medien, um sich mit fitnessbezogenen Inhalte (z.B. Sport, Bewegung, Ernährung) auseinanderzusetzen? 2) Warum nutzen Jugendliche fitnessbezogene Social-Media-Inhalte? 3) Welche Zusammenhänge zeigen sich zwischen fitnessbezogenen Social-Media-Inhalten und dem sport- und körperbezogenen Handeln der Jugendlichen?

Methodische Vorgehensweise

Für die systematische Literaturrecherche wurden fünf elektronische englisch- und deutschsprachige Datenbanken genutzt (ERIC, FIS-Bildung, MEDLINE, PsychArticles & PsycINFO, SURF). Als Suchbegriffe wurden vollständige bzw. trunkierte Wörter verwendet, die soziale Medien und fitnessbezogene Inhalte in sozialen Medien erfassen. Es erfolgte eine gleichzeitige Suche in Titel, Abstract, Schlagworten und Volltexten mit den Begriffen "Social media/soziale Medien OR Instagram OR Facebook OR Youtube OR TikTok AND Fitness OR Fitsp* OR Sport OR Exercise/Bewegung". Die Suche wurde im Februar 2023 abgeschlossen. Auf der Grundlage von im Vorfeld definierten einschließenden Kriterien (Alter der Studienteilnehmer*innen unter 18 Jahren, in Deutsch oder Englisch publiziert, Berücksichtigung unterschiedlicher Studiendesigns, quantitative und qualitative Studien) und ausschließenden Kriterien (z.B. klinische Studienpopulation oder Studienprotokolle) wurden insgesamt 12 Studien in das Review integriert. Die Auswertung der Studien erfolgte über eine thematische Analyse (Thomas & Harden, 2008) in Maxqda Plus 2022. Bei der Codierung wurden sowohl primäre (z.B. Interviewzitate) als auch sekundäre Daten (z.B. Interpretationen durch Autor*innen) berücksichtigt und entsprechend kenntlich gemacht.

Ergebnisse

Soziale Medien sind für Jugendliche eine wichtige (wenn nicht sogar die wichtigste) Informationsquelle für ihr eigenes fitnessbezogene Handeln. Je nach Studie sind es zwischen 37% bis 59% der befragten Jugendlichen, die regelmäßig soziale Medien, vor allem Instagram und Youtube, nutzen, um sich mit fitnessbezogenen Inhalten auseinanderzusetzen (u.a. Ernährungstipps und/oder Fitnesspläne). Dabei sind die Jugendlichen nicht nur passive Konsument*innen, sondern auch aktive Produzent*innen, indem sie z.B. selbst fitnessbezogene Inhalte erstellen, kommentieren, liken

und/oder mit Freund*innen in sozialen Medien teilen. Die Einschätzung der Qualität der fitnessbezogenen Inhalte fällt ihnen schwer bzw. orientieren sie sich mehr an der Anzahl der Follower*innen eines Accounts als an der möglicherweise nachgewiesenen Expertise eines Influencers bzw. einer Influencerin. Soziale Medien werden von den Jugendlichen als besonders attraktiv eingestuft, weil die Inhalte leicht zugänglich, jederzeit verfügbar und auf ihre fitnessbezogenen Interessen zugeschnitten sind. Innerhalb der fitnessbezogenen Social-Media-Community erfahren die Jugendlichen durch die Interaktion mit anderen soziale Zugehörigkeit, soziale Anerkennung, Freude und Erfolg. Allerdings räumen sie ein, dass diese positiven Erfahrungen von der Passung zu den in den sozialen Medien vermittelten Fitness- und Körperidealen abhängt. Zudem sind in sozialen Medien dargestellte Körper auch Anlass, um sich körperlich-sportlich zu engagieren bzw. bestimmte Ernährungspraktiken auszuüben. 49% der Jugendlichen geben an, dass sie aufgrund von Social-Media-Inhalten angefangen haben, ihr gesundheits- und fitnessbezogenes Verhalten zu ändern (Goodyear et al., 2019), um den in den sozialen Medien repräsentierten „perfekten“ Körper zu bekommen. Und dieser kann nur durch harte Arbeit und Disziplin erreicht werden. Wenn Jugendliche jedoch feststellen, dass sie die unrealistischen Ziele auch nicht mit härtester Körperarbeit erreichen können, entstehen nach einer gewissen Zeit bei einem Teil der Jugendlichen u.a. negative Gefühle, Stress und/oder Körperunzufriedenheit, welche Auslöser für weitere psycho-soziale Entwicklungsrisiken sein können (u.a. Bell et al., 2021). Gleichzeitig kann aber auch eine bereits vorhandene Körperunzufriedenheit Anlass sein, in den sozialen Medien nach „schnellen und einfachen Lösungen“ zu suchen, um über Sport und Ernährung den Körper entsprechend zu formen (u.a. Goodyear et al., 2019).

Diskussion und Fazit

Aus einem Teil der eingeschlossenen Studien geht hervor, dass ca. ein Drittel bis die Hälfte der befragten Jugendlichen soziale Medien nutzen, um sich mit fitnessbezogenen Themen auseinanderzusetzen. Für einige Jugendliche stellen soziale Medien eine wichtigere Informationsquelle dar als der Sportunterricht (Camacho-Minano et al., 2022). Die in den sozialen Medien vermittelten Fitness- und Körperideale können Anlass sein, selbst über unterschiedliche Fitness- und/oder Ernährungspraktiken diesen Körper zu erhalten. Dies kann einerseits zu einer körperlich-sportlichen Aktivität und positiven sozialen Erfahrungen führen, andererseits aber auch zu psycho-sozialen Entwicklungsrisiken (z.B. Körperunzufriedenheit, Essstörungen), vor allem wenn die idealisierten Körperbilder nicht kritisch hinterfragt werden. Vor diesem Hintergrund ist eine kritisch-reflexive Medienbildung bedeutsam, welche Jugendliche für einen kritisch-reflexiven Umgang mit den in sozialen Medien fitnessbezogenen Inhalten befähigt. Dazu gehört auch eine Professionalisierung von Sportlehrkräften, die sich für diese Aufgabe z.T. nicht ausreichend befähigt fühlt (Autor*innen, i.V.).

Literatur

- Bell, B.T., Deighton-Smith, N. & Hurst, M. (2021) 'When you think of exercising, you don't really want to think of puking, tears, and pain': Young adolescents' understanding of fitness and #fitspiration. *Journal of Health Psychology*, 26(7), 1046-1060. doi: 10.1177/ 13591053 19869798.
- Camacho-Miñano, M.J., Gray, S., Sandford, R. & Maclsaac, S. (2022). Young women, health and physical activity: tensions between the gendered fields of Physical Education and Instagram. *Sport, Education & Society*, 27 (7), 803–815. doi.org/10.1080/13573322.2021.1932455.
- Goodyear, V.A., Armour, K.M., Wood, H. (2019). Young people and their engagement with health-related social media: new perspectives. *Sport, Education and Society*, 24(7), 673-688. doi: 10.1080/13573322.2017.1423464.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg) (2023). *JIM-Studie 2023*. Erhältlich unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2023_web_final_kor.pdf
- Thomas, J. & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology* 8(1), 45. doi: 10.1186/1471-2288-8-45.