

Jugendliche und Foodposts auf Instagram: Nutzung und mögliche Einflüsse auf das Ernährungsverhalten

Malär Corina, Moser Robin Anne
Studiengang Ernährung und Diätetik (BSc), ERB15

Einleitung und Fragestellung

In der Schweiz ist Instagram die populärste Social Networking Site (SNS) unter Jugendlichen [1]. Darauf gehören Foodposts (Abb.2) zu den meist genutzten Bildern [2], wobei Desserts und Süssgetränke am beliebtesten sind [3]. Forschungsarbeiten zeigten auf, dass die Nutzung von SNS Auswirkungen auf die Ernährung von Jugendlichen haben kann [4]. Die Datenlage zur Foodpost-Nutzung auf Instagram sowie deren Einflussfaktoren ist jedoch gering. Aus der geschilderten Ausgangslage ergibt sich folgende Fragestellung:

Wie werden Foodposts auf Instagram von Jugendlichen genutzt und inwiefern wird dadurch das Ernährungsverhalten beeinflusst?

Methode

Die Datenerhebung erfolgte anhand einer qualitativen Untersuchung mittels teilstrukturiertem Online-Interview über den What's App Chat. Dazu wurden neun Jugendliche im Alter von 16 bis 20 Jahren befragt. Die Daten wurden in Anlehnung an die zusammenfassende Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet [5].

Ergebnisse

Foodposts werden genutzt, um Ideen für Zubereitungsprozesse und neue Gerichte zu sammeln. Zudem kann durch Foodposts das Wissen in Ernährungsthemen erweitert werden. Dazu zählen beispielsweise ästhetische Darstellungsmöglichkeiten und Informationen über Zubereitungsprozesse und Lebensmittel. Weiter dient das Teilen von Foodposts unter Freunden der sozialen Interaktion.

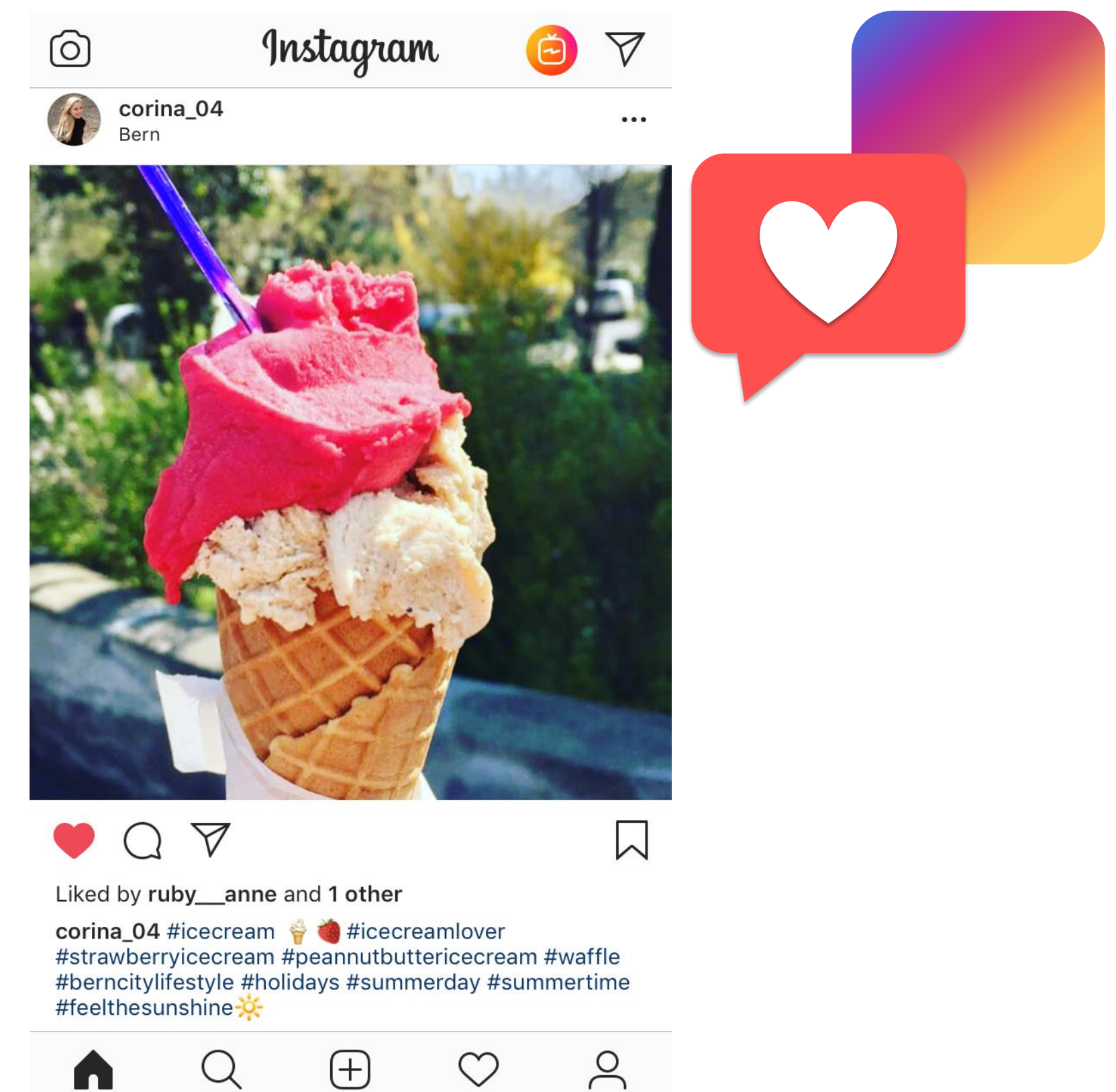


Abb. 2: Beispiel eines Foodposts

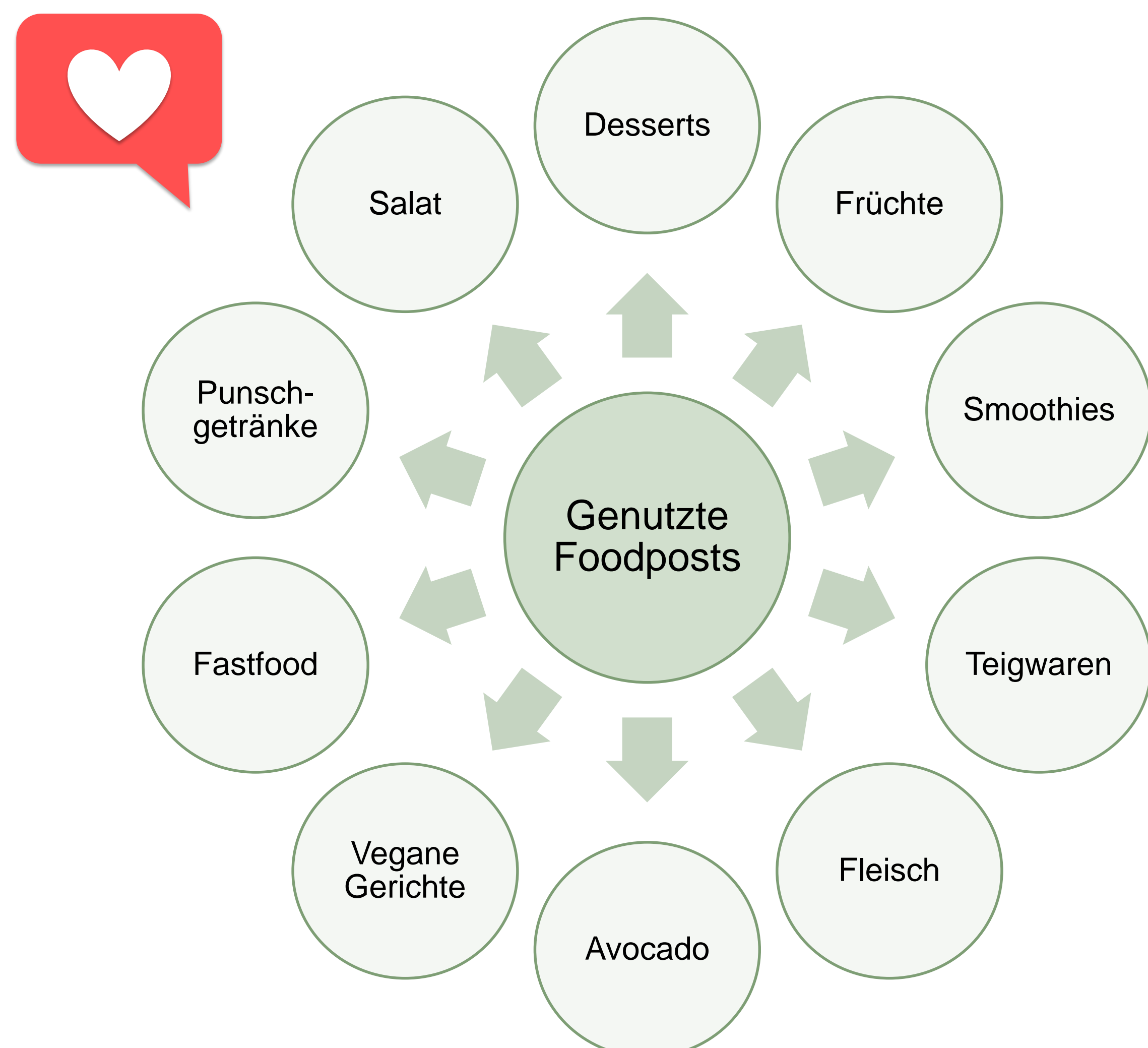


Abb. 1: Abgebildete Lebensmittel und Gerichte auf den Foodposts

Einflüsse auf das Ernährungsverhalten:

- Gesundere Ernährung
- Abwechslungsreichere Ernährung
- Steigerung des Gemüse-, Früchte-, Porridge- und Süsswarenverzehr
- Auslösen des Hungergefühls
- Unter Druck, gesund zu Essen
- Nachkochen von Gerichten
- Verzehr neuer Lebensmittel

Diskussion

Die Ergebnisse der Arbeit deuten auf eine vielfältige Foodpost-Nutzung hin. Gleich wie in der Literatur, wird als Motiv die Förderung der sozialen Interaktion erwähnt [6]. Weitere Studien belegen, dass SNS dazu dienen, Informationen über eine gesunde Ernährung zu erhalten [6,7]. Dieses Motiv wurde von den befragten Jugendlichen nicht erwähnt. Wie die eruierten Einflüsse von Foodposts auf das Ernährungsverhalten zeigen, zeichnet sich durch die Nutzung dennoch bei gewissen Jugendlichen eine Tendenz zu einer gesünderen Ernährung ab. Weil ausser den Foodposts weitere Faktoren die Ernährungsgewohnheiten von Jugendlichen prägen, kann das Ausmass der festgestellten Veränderungen jedoch nicht abschliessend beurteilt werden.

Schlussfolgerung

Die Ergebnisse der Arbeit verdeutlichen, dass Foodposts eine hohe Relevanz unter den Jugendlichen haben. Folglich können sie als zeitgemässes Instrument in der Ernährungsberatung eingesetzt werden. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass sich beispielsweise das Sammeln von individuellen Rezeptideen eignet. Inwiefern das Bedürfnis für den Einsatz von Foodposts bei Fachpersonen vorhanden ist, muss in einem weiteren Schritt untersucht werden.



Literaturverzeichnis

[1] Waller, G., Willemse, I., Genner, S., Suter, L., & Süss, D. (2016). JAMES: Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz. *Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2016*. Zürich. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. [2] Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Department of Computer Science, Arizona State University*. 595-598. [3] Holmberg, C., E Chaplin, J., Hillman, T., & Berg, C. (2016). Adolescents' presentation of food in social media: An explorative study. *Appetite*, 99, 121-129. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.01.009> [4] Caplette, M.-E., Provencher, V., Bissonnette-Maheux, V., Dugrenier, M., Lapointe, A., Gagnon, M.-P., ... Desroches, S. (2017). Increasing Fruit and Vegetable Consumption Through a Healthy Eating Blog: A Feasibility Study. *JMIR research protocols*, 6(4), e59. <https://doi.org/10.2196/resprot.6622> [5] Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (2. Auflage). Weinheim, Basel: Beltz Juventa. [6] Chung, C.-F., Agapie, E., Schroeder, J., Mishra, S., Fogarty, J., & Munson, S. A. (2017). When Personal Tracking Becomes Social: Examining the Use of Instagram for Healthy Eating. *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems. CHI Conference, 2017*, 1674-1687. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025747>. [7] Pollard, C. M., Pulker, C. E., Meng, X., Kerr, D. A., & Scott, J. A. (2015). Who Uses the Internet as a Source of Nutrition and Dietary Information? An Australian Population Perspective. In *Journal of medical Internet research* 17 (8), e209. DOI: 10.2196/jmir.4548.

Bildnachweis: Eigene Darstellung: Screenshot Instagram Profil von Corina Malär