

Instagram for #recovery - eine qualitative Befragung von Bloggerinnen mit Essstörungen

Kraemer, Anne; Sukalla, Freya; Bartsch, Anne

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Konferenzbeitrag / conference paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kraemer, A., Sukalla, F., & Bartsch, A. (2023). Instagram for #recovery - eine qualitative Befragung von Bloggerinnen mit Essstörungen. In D. Reifegerste, P. Kolip, & A. Wagner (Hrsg.), *Wer macht wen für Gesundheit (und Krankheit) verantwortlich? Beiträge zur Jahrestagung der Fachgruppe Gesundheitskommunikation 2022* (S. 1-10). Bielefeld: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. <https://doi.org/10.21241/ssoar.88759>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Instagram for #recovery – Eine qualitative Befragung von Bloggerinnen mit Essstörungen

Anne Kraemer, Freya Sukalla & Anne Bartsch

Universität Leipzig

Zusammenfassung

Immer mehr Menschen mit Essstörungen teilen ihren Genesungsweg in Recovery Accounts auf Instagram. Welche Motive hinter der Veröffentlichung stehen, in welcher Rolle sich die Blogger:innen sehen und inwieweit das Führen eines Recovery Accounts aus ihrer Sicht mit dem Genesungsprozess zusammenhängt, stellt eine Forschungslücke dar. Um diese zu füllen, wurden Leitfadeninterviews mit zehn Recovery Bloggerinnen geführt. Die Daten wurden durch eine inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Ergebnisse zeigen, dass die Bloggerinnen den Account vor allem aufgrund von selbstbezogenen Motiven führen, z. B. zum Identitäts- oder Krankheitsmanagement. Mit der Zeit gewinnen auch fremdbezogene Motive an Relevanz, z. B. um die Aufklärung Anderer über Essstörungen zu unterstützen. Das Rollenbild der Bloggerinnen wird vor allem durch ihre persönlichen Erwartungen an Ästhetik, Inhalt, Erfolg und Qualität des Accounts geprägt, wodurch Überschneidungen zum Rollenbild von Influencer:innen erkennbar werden. Den Account zu führen, hat aus Sicht der Bloggerinnen überwiegend positiven Einfluss auf ihre Krankheitsbewältigung und ihre psychische Gesundheit. Triggernde oder kritische Rückmeldungen können den Genesungsprozess hingegen auf negative Weise beeinflussen. Die Studie verdeutlicht, wie Essstörungen in Sozialen Medien verhandelt werden und dass solche Plattformen für den Umgang mit der Erkrankung von hoher Relevanz sind.

Keywords: Recovery Accounts, Essstörungen, Instagram, qualitative Interviews

Summary

More and more people with eating disorders are sharing their recovery journey in recovery accounts on Instagram. The motives for posting, the role bloggers see themselves in, and the extent to which maintaining a recovery account is related to the recovery process represent a research gap. To address this, guided interviews were conducted with ten female recovery bloggers. Data were analyzed using qualitative content analysis. The results show that bloggers primarily maintain the account for self-related motives, such as identity or disease management. Over time, other-related motives, such as education about eating disorders, also gain relevance. Bloggers' perceptions of their role are primarily shaped by their personal expectations regarding aesthetics, content, success and quality of the account. Here, similarities to influencers become apparent. From the bloggers' point of view, maintaining the account has a predominantly positive influence on their coping and mental health. Triggering or critical feedback can have a negative impact on the recovery process. The study illustrates how eating disorders are negotiated in social media and that such platforms are highly relevant for managing the disorder.

Keywords: Recovery accounts, eating disorders, Instagram, qualitative interviews

1 Einführung

Essstörungen gehören zu den häufigsten psychischen Erkrankungen in Deutschland, die meist im Jugendalter beginnen und eine hohe Lebenszeitprävalenz aufweisen (Bundesgesundheitsministerium, 2023). Es werden verschiedene Formen von Essstörungen unterschieden, darunter Anorexie, Bulimie und Binge-Eating-Störung. Alle zeichnen sich durch einen gestörten Umgang mit Essen und eine verzerrte Körperwahrnehmung aus (Wälte, 2021). Sozialen Medien, wie auch Instagram, wird dabei häufig eine verursachende Rolle zugeschrieben – durch die Internalisierung von Körperidealen, das Schüren falscher Erwartungen an Körperbilder, sowie den Möglichkeiten sich mit anderen Personen zu vergleichen (Holland & Tiggemann, 2016).

Gleichzeitig gibt es Recovery Accounts auf Instagram, in denen Personen mit Essstörungen öffentlich über ihre Erkrankung und ihren Genesungsprozess berichten: Sie erzählen vom Genesungsprozess ihrer Essstörung, dokumentieren ihre Erfolge und Rückschläge und tauschen sich aus (Kenny et al., 2020; LaMarre & Rice, 2017; Smethurst & Kuss, 2018). Dabei kritisieren sie die Oberflächlichkeit Sozialer Medien oder versuchen Stereotype über Essstörungen zu widerlegen (Herrick et al., 2020). Die bisherige Forschung zu Recovery Inhalten basiert überwiegend auf inhaltsanalytischen Untersuchungen; die Perspektiven der Instagram-Blogger:innen selbst wurden in der Forschung bisher kaum berücksichtigt (Eikey & Booth, 2017; Šmahelová et al., 2019).

Ziel dieser Studie ist es, der subjektiven Bedeutung des Recovery Bloggings für die Blogger:innen mittels qualitativer Leitfadeninterviews nachzugehen. Im Fokus stehen die Motive für Recovery Blogging und das Rollenverständnis der Blogger:innen. Darüber hinaus wird untersucht, welche subjektiven Zusammenhänge zwischen Recovery Blogging und dem Genesungsprozess der Essstörung hergestellt werden. Die Studie trägt dazu bei, die Rolle von Instagram im Kontext von Essstörungen besser zu verstehen. Dies ist insbesondere für die therapeutische Behandlung von Relevanz.

2 Recovery Blogging bei Essstörungen

Bisherige inhaltsanalytische Studien zeigen, dass Personen mit Essstörungen die Genesung als komplexen, nicht-linearen Prozess beschreiben, der sich in subjektiven Erfahrungen manifestiert (Kenny et al., 2020). Da die Erkrankung eng mit der persönlichen Identität ver-

knüpft ist, geht auch der Genesungsprozess mit Identitätsfindung einher. Recovery Blogs in Sozialen Medien stellen für Personen mit Essstörungen einen Raum zum Erlernen eines gesunden Essverhaltens dar (LaMarre & Rice, 2017). Als Blog können öffentliche Webseiten oder Social Media Accounts definiert werden, auf denen regelmäßig Einträge von einer oder mehreren Personen publiziert werden (Sauers, 2006). Oft sind Interaktionsmöglichkeiten mit Rezipierenden gegeben. Recovery Blogs können als Mischung eines individuellen und subjektbezogenen Blogs eingeordnet werden, die persönlichen Lebenserfahrungen aber auch das Thema Genesung von Essstörungen aufgreifen. Dort kritisieren viele Blogger:innen den Druck, gesellschaftlichen Körperidealen standhalten zu müssen (Smethurst & Kuss, 2018). Zugleich spiegeln Hashtags wie #recoverforboobs oder #bumoverbones den Wunsch nach Weiblichkeit, Attraktivität und den kritisierten Schönheitsidealen wider (LaMarre & Rice, 2017). Warum Pro-Recovery Inhalte erstellt und rezipiert werden, wurde in der Forschung bisher kaum berücksichtigt (Eikey & Booth, 2017; Šmahelová et al., 2019). Dennoch lassen sich aus der bisherigen angrenzenden Forschung erste theoretische Überlegungen ableiten.

3 Motive für Recovery Blogging

Es ist naheliegend, dass Personen mit Essstörungen ihren Recovery Account zum *Krankheitsmanagement* nutzen: Dies ermöglicht ein Monitoring, eine tagebuchähnliche Analyse und Reflektion (Knittel et al., 2021). Krankheitsmanagement in Sozialen Medien hat neben dem Tracking von Symptomen auch eine soziale Komponente inne – es ist mit persönlichen emotionalen Reaktionen und den Reaktionen anderer verbunden (Chung et al., 2017).

Die Identität spielt in der Essstörung sowie für die Genesung eine zentrale Rolle (McNamara & Parsons, 2016). Soziale Medien bieten ihren Nutzenden die Möglichkeit des *Identitätsmanagements*, also ihre Identität auszuhandeln, Identitätsfacetten zu erproben oder nach Personen mit ‚geteilten Identitäten‘ zu suchen (Kneidinger-Müller, 2017; Williams & Riley, 2013).

Ein weiteres mögliches Motiv für Recovery Blogging ist die *Aufklärung* über Essstörungen (Naslund et al., 2016). Burke-Garcia et al. (2018) fanden im Kontext von Blogs zur Mutterschaft heraus, dass Bloggerinnen versuchen durch Aufklärung eine Veränderung bei ihren Rezipierenden zu bewirken und ein Bewusstsein für bestimmte gesundheitliche Themen zu schaffen.

Für aufklärendes Verhalten ist ein hohes Maß an Einsicht zur Krankheit nötig, die erst in späterem Stadium von Genesung erreicht wird (Baumann, 2009).

Daher ist davon auszugehen, dass sowohl selbstbezogene Motive (Krankheits- und Identitätsmanagement) als auch publikumsbezogene Motive (Aufklärung) Beweggründe für einen Recovery Account sein könnten. Solche motivationalen Faktoren stehen im Fokus der ersten Forschungsfrage:

FF1: Mit welchen Motiven bloggen Personen mit Essstörungen auf ihrem Recovery Account auf Instagram?

4 Rollenverständnis von Recovery Blogger:innen

Die Recovery-Blogger:innen treten in ihren Accounts mit anderen User:innen in Kontakt, sodass neben den Motiven für das Bloggen auch ihre Vorstellungen über ihr Verhältnis zu anderen User:innen relevant sind. Dahrendorfs (2006) Rollentheorie nach übt der Mensch mehrere soziale Rollen aus, die in verschiedenen Beziehungen zu verschiedenen Bezugsgruppen oder -personen stehen. Diese richten Erwartungen an Rollenträger:innen, die ihr Rollenverhalten zumeist daran anpassen, um negativen Sanktionen zu entgehen und positive Sanktionen zu erhalten. In dieser Studie soll das Rollenverständnis von Recovery Blogger:innen untersucht werden, also welche Erwartungen sie an sich selbst richten, welche sie von ihren Follower:innen wahrnehmen, in welchem Verhältnis sie zu ihren Follower:innen stehen und wie sie dies bewerten. In diesem Kontext sind Überschneidungen mit dem Rollenbild von Influencer:innen denkbar. Altendorfer (2019) definiert eine/n Influencer:in als eine „Person, die in den sozialen Medien [...] einen Bekanntheitsgrad erlangt hat. Dieser ist durch eine Reichweite und Präsenz in den sozialen Medien charakterisiert [...] Influencer genießen bei ihren Followern ein hohes Ansehen, wodurch sie Einfluss haben können.“ (S. 43) Die Interaktion von Influencer:innen mit ihren Follower:innen ist essenziell für ihren Erfolg, kann jedoch zugleich aufgrund der Menge und Häufigkeit eine Belastung darstellen (Kühn & Riesmeyer, 2021). Influencer:innen versuchen somit den Kontakt zu initiieren, aber auch zu kontrollieren und zu limitieren, um ihre Privatsphäre zu schützen. Als wichtigste Eigenschaft für Influencer:innen nennen sie Authentizität und Verantwortungsbewusstsein (Altendorfer, 2019). Inwiefern diese Befunde auf das Rollen-selbstbild und wahrgenommene Rollenfremdbild von Recovery Blogger:innen zutreffen, ist Gegenstand der zweiten Forschungsfrage:

FF2: Mit welchem Rollenverständnis bloggen Personen mit Essstörungen in Recovery Accounts auf Instagram?

5 Wahrgenommene Zusammenhänge zwischen Recovery Blogging und Genesungsprozess

Personen mit Essstörungen sind je nach Form der Erkrankung verschiedenen Stigmata ausgesetzt, z. B. dass ihre Krankheit selbstverschuldet, ein Mittel für Aufmerksamkeit oder harmlos sei (Chang & Bazarova, 2015; Puhl & Suh, 2015). Stigmatisierung löst bei Vielen ein Bedürfnis nach Selbstoffenbarung aus, für das Soziale Medien ein beliebter Anlaufpunkt sind. Von der Offenbarung erhoffen sich Individuen vor allem eine Erleichterung ihrer Belastung oder soziale Unterstützung (Andalibi et al., 2017). Die Selbstoffenbarung stigmatisierter Identitäten birgt jedoch ein höheres Risiko an negativen Reaktionen, sozialer Zurückweisung oder Diskriminierung (Chaudoir & Fisher, 2010). In Online-Communities können Stigmata herausgefordert und konfrontiert werden, Personen sich gegenseitig unterstützen (Naslund et al., 2016). Die Selbstoffenbarung innerhalb des persönlichen Accounts kann daher zu einem gesteigerten Wohlbefinden, sozialer Integration oder einem gestärkten Selbstwert führen (Gowen et al., 2012). Zudem kann es zu einer Veränderung der persönlichen Rolle kommen, wenn Personen aufgrund ihrer Selbstoffenbarung z. B. als Mentor:in wahrgenommen werden (Andalibi, 2019). Es stellt sich daher die Frage, inwieweit die Blogger:innen die Selbstoffenbarung innerhalb des Recovery Accounts als hilfreich oder hinderlich für ihre Genesung interpretieren sowie welche Rolle sie den Rückmeldungen der Communities in diesem Zusammenhang zuschreiben:

FF3: Welche Zusammenhänge stellen Recovery Blogger:innen zwischen Recovery Blogging und dem Genesungsprozess der Essstörung her?

6 Methode

Rekrutierung & Stichprobe

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden im November 2021 Leitfadeninterviews mit zehn weiblichen Recovery Bloggerinnen per Videokonferenz geführt. Die Interviews dauerten im Schnitt 43 Minuten. Mit dem Suchstichwort ‚recovery‘ konnten insgesamt 32 deutschsprachige Recovery Accounts identifiziert werden, die per Direktnachricht kontaktiert wurden. Auswahlkriterium für die Stichprobe war das Führen eines öffentlichen, deutschsprachigen

Recovery Accounts auf Instagram, dessen zentrales Thema die Genesung von Essstörungen ist. Dies wurde anhand des Namens des Accounts, der Profilbeschreibung sowie vergangener Posts und Stories festgestellt. Von den 32 kontaktierten Blogger:innen haben sieben der Interviewteilnahme zugesagt, vier abgesagt und 21 Anfragen blieben ungelesen. Aufgrund des sich als schwierig erweisenden Zugangs zum Forschungsfeld wurde die Rekrutierung um ein Schneeballverfahren ergänzt: Bereits befragte Blogger:innen leiteten die Studienanfrage an bekannte Recovery Blogger:innen weiter, woraus drei weitere Interviews resultierten. Nur zwei der kontaktierten Profile wurden von Männern geführt, die jedoch nicht zusagten.

Die befragten Bloggerinnen waren zum Untersuchungszeitpunkt zwischen 18 und 24 Jahren alt und hatten zwischen 111 und 3897 Follower:innen. Die Befragten gaben an, von folgenden Essstörungen betroffen zu sein: Anorexia Nervosa, Bulimia Nervosa, Binge-Eating, Atypische Anorexie und Picky Eating. Teilweise traten mehrere Formen von Essstörungen parallel auf. Acht der zehn Befragten zählten neben der Essstörung noch weitere psychische Erkrankungen zu ihrer Diagnose auf, z. B. Depressionen, Borderline-Persönlichkeitsstörung oder Post-Traumatische Belastungsstörung. Alle befanden sich zum Zeitpunkt der Interviews aufgrund ihrer Essstörung(en) und weiteren psychischen Erkrankungen in (ambulanter) therapeutischer Behandlung.

Forschungsethische Aspekte

Aufgrund der sensiblen Forschungsthematik wurde besonderen Wert auf Forschungsethik gelegt, ausgerichtet nach dem Prinzip der ‚Schadensvermeidung‘ (Schlütz & Möhring, 2016). Die kontaktierten Bloggerinnen wurden vorab über die Ziele der Studie und die Befragungsinhalte informiert. Für den Schutz der Befragten wurde das Forschungsthema vor der Interviewphase mit einer angehenden Psychotherapeutin besprochen (S. Bechtold, persönliche Kommunikation, 26. Oktober 2021). Neben der Prüfung der Interviewanfrage und des Leitfadens auf potenzielle Trigger, gab sie Auskunft über Krankheitsbilder, besondere Sensibilitäten und schlug Gesprächstechniken vor. So wurde den Befragten zugesichert, jederzeit eine Pause nehmen zu können, nicht alle Fragen beantworten zu müssen oder das Interview abbrechen zu können, sofern ihnen die Thematik zu nahegeht. Zudem wurde das Prinzip des Datenschutzes, der Freiwilligkeit und Anonymität der Teilnahme und das Widerrufsrecht in einer Einverständniserklärung

vor dem Interview festgelegt und vor Interviewbeginn für die Befragten wiederholt. Um die Befragten auch über das Interview hinaus vor Belastung zu schützen, wurden sie vor Beginn des Interviews gefragt, ob sie, bei Bedarf, mit Kontakten ihres privaten Umfelds oder Therapeut:innen über mögliche entstandene Belastungen sprechen können. Nach dem Interview wurden sie erneut nach ihrem Wohlbefinden und Gesprächsbedarf gefragt. Die Befragten äußerten jedoch keinerlei Bedenken oder Unwohlsein nach dem Interview. Stattdessen meldeten einige Befragte zurück, dass das Interview für sie eine hilfreiche Reflektion ihrer Mediennutzung war.

Interviewleitfaden

Zum Einstieg wurden die Befragten zu ihrer Medienbiografie mit Instagram und ihrem Recovery Account befragt. Sie reflektierten ihre vergangene Instagram-Nutzung und schätzten dessen Rolle im Kontext ihrer Erkrankung und Genesung ein. Um die Motive für den persönlichen Recovery Account herauszuarbeiten, stellten die Bloggerinnen im Interview zwei Posts ihres Accounts vor. Darüber hinaus wurden sie für das Rollenselbstbild nach ihren persönlichen Erwartungen und Zielen für den Account befragt. Weiterhin wurde das Verhältnis zu ihren Follower:innen, das wahrgenommene Rollen Fremdbild dieser und ihr Einfluss auf ihre Community thematisiert. Im letzten Interviewteil wurden die wahrgenommenen Auswirkungen des Recovery Accounts auf ihr Leben, die Erkrankung und den Genesungsprozess thematisiert. Außerdem wurden die erhaltenen Rückmeldungen, der Umgang damit sowie stigmatisierende Erfahrungen aufgrund der Essstörung erfragt. Abschließend wurden die Befragten zur Reflektion des Interviews eingeladen.

Analytisches Vorgehen

In Anlehnung an die inhaltlich-strukturierende Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2018) wurden die Interviewtranskripte mit einer Kombination aus deduktiver und induktiver Kategorienbildung mit MAXQDA ausgewertet. Basierend auf der Forschungsliteratur, den Forschungsfragen sowie dem Interviewleitfaden wurden deduktive Kategorien (Medienbiografie, Motive, Rollenverständnis, Verhältnis zu Follower:innen, Rollenkonflikte, mediale Selbstoffenbarung, Rückmeldungen) gebildet. Diese waren die Grundlage für erste Codierungen, bei denen weitere Ober- und Subkategorien auf Basis des Interviewmaterials ergänzt wurden. Dabei wurden die Kategorien am Material ausdifferenziert, subsumiert, reduziert und bei Bedarf

neu nachcodiert (Kuckartz, 2018). Das gesamte Material wurde durch ein mehrstufiges Verfahren der Kategorienbildung codiert und zirkulär überprüft.

7 Ergebnisse

FF1: Motive für Recovery Blogging

Die Bloggerinnen führten ihren Recovery Account zu Beginn vor allem für sich selbst: Zentrale Motive waren Krankheits- und Identitätsmanagement sowie die Selbstmotivation. Zudem suchten sie über ihren Account Kontakte und Austausch mit anderen Personen mit Essstörungen und wollten ihre Kreativität durch kreative Texte und (Bewegt-)Bild ausleben. Krankheitsmanagement kristallisierte sich als stärkstes Motiv heraus. Die Bloggerinnen zeichneten innerhalb ihres Accounts ihre Stimmungen, besondere Ereignisse oder Wendepunkte, Herausforderungen, Klinik-Aufenthalte sowie Erfolge und Fortschritte auf. Damit wollten die Bloggerinnen ihre persönliche Entwicklung besser beobachten. Dies verdeutlicht, dass sich die Bloggerinnen die Verantwortung für ihre Genesung teilweise selbst zuschrieben: „*Und es ist super spannend, das so als Tagebuch zu sehen und nachzuverfolgen, was eben in meinem Kopf los war. Wie, was für Gedanken ich hatte, wie ich mich verhalten habe (...)*“ (B5, 24 Jahre, Anorexie u. Bulimie). Dass der Account nicht nur ihnen helfen, sondern auch einen Nutzen für andere bergen kann, wurde den Bloggerinnen meist im Laufe der Zeit bewusst und erst dann zu einem starken Motiv: Die Bloggerinnen wollten anderen Hilfestellungen geben, sie motivieren und deren Einsamkeit reduzieren. Zudem machten sie es sich zur Aufgabe, Aufklärung über Symptome, Behandlungsformen und ‚untypische‘ Formen von Essstörungen zu leisten: „*Weil ich immer finde, dass das zu wenig thematisiert wird, dass man auch Anorexie im Normal- oder sogar Übergewicht haben kann.*“ (B8, 19 Jahre, Atypische Anorexie). Als Ziele dieser Aufklärung wurden Sensibilisierung für, Enttabuisierung und Entstigmatisierung von Essstörungen genannt.

FF2: Rollenverständnis der Recovery Bloggerinnen

Das Rollenverständnis der Bloggerinnen war primär an eigenen Erwartungen und Bedürfnissen ausgerichtet, statt an wahrgenommenen Erwartungen ihrer Follower:innen. Auch wenn die Bloggerinnen durch ihre Motive für den Recovery Account Verantwortung für die eigene Genesung übernahmen, äußerten sie sich zur Verantwortungsübernahme für ihre Community zwiespalten. In ihrer Rolle als Recovery Bloggerinnen

empfand die Hälfte keine Verantwortung für ihre Follower:innen: „*Nee, jeder ist für sich selber verantwortlich (...) Also den Schuh will ich mir auch nicht anziehen.*“ (B7, 22 Jahre, Atypische Anorexie). Die Bloggerinnen lehnten die Verantwortung mit verschiedenen Begründungen ab, z. B. aufgrund einer kleinen Reichweite, ihres Fokus auf informative und ihrer Ansicht nach nicht triggernde Inhalte und aufgrund ihres eigenen Rollenverständnisses als Person auf Augenhöhe oder als Freundin der Follower:innen. Von ihren Follower:innen wurde ihnen nach eigener Aussage oft widerspiegelt, ein Vorbild oder eine Ersatz-Therapeutin zu sein. Die unterschiedliche Rollenzuschreibung löste innere Konflikte aus: „*Also ich weiß zwar, dass manche mir folgen, weil sie sich vielleicht irgendwas erhoffen, keine Ahnung, aber ich bin kein Arzt, ich bin kein Psychotherapeut, ich bin einfach ein ganz normales Mädel, das einen Recovery Account hat.*“ (B4, 24 Jahre, Bulimie). Auch wenn die Bloggerinnen eine Verantwortung für ihre Communities von sich wiesen, berichteten sie gleichzeitig, ihr Handeln möglichst verantwortungsbewusst zu gestalten – meist aufgrund eigener negativer Erfahrungen mit Instagram und der Erkrankung. So versuchten einige der Bloggerinnen ihre Follower:innen zu schützen: Sie nannten keine Zahlen (Gewicht, BMI, Kalorien), verwendeten keine Filter, teilen nicht all ihre Mahlzeiten oder Essensmengen und zeigten ihren Körper nicht genau: „*Ja, und auch diese ganzen Vorher-Nachher Körperbilder finde ich auch ganz furchtbar. Weil es ist mehr eine Repräsentation von ‚Wie krank sah ich mal aus?‘“* (B10, 19 Jahre, Anorexie). Wichtig war ihnen dabei vor allem, ihre Follower:innen vor einem Rückfall in essgestörtes Verhalten zu schützen.

FF3: Wahrgenommene Zusammenhänge zwischen Recovery Blogging und Genesungsprozess

Die Bloggerinnen schätzten das Recovery Blogging überwiegend als positiven Einflussfaktor auf ihren Genesungsprozess ein. Besonders die mediale Selbstoffenbarung innerhalb des Accounts beeinflusste ihre Krankheitsbewältigung positiv. Zunächst sammelten die Bloggerinnen immer wieder neue Motivation, an sich und der Krankheit zu arbeiten und daraus Kraft für den Heilungsprozess zu gewinnen. Darüber hinaus verbesserten die Bloggerinnen durch ihre Selbstoffenbarung das Verständnis für ihr Krankheitserleben. Durch das Ausformulieren von Gedanken in Posts und Stories konnten sie ihr Krankheitsbild und bestimmte Probleme erkennen und akzeptieren. Weiterhin berichteten die Bloggerinnen, durch ihren Account Fortschritte im Heilungsprozess besser erkennen und

sogar mit der Essstörung abschließen zu können. Dies begründeten sie in der bewussten Auseinandersetzung mit sich und der Krankheit durch die mediale Selbstoffenbarung: „*Und ich würde insgesamt sagen, dass ich mich mit den Themen dann auch nochmal auseinandergesetzt habe und die aufgeschrieben habe, was mir teilweise geholfen hat, Sachen, die halt schwierig waren, abzuschließen.*“ (B3, 18 Jahre, Anorexie). Darüber hinaus nutzten sie die Offenbarung im Recovery Account als Möglichkeit, Offenheit über die eigene Erkrankung für Gespräche im eigenen Umfeld zu üben. Generell nannten die Bloggerinnen besonders den Austausch zu und Hilfe von anderen im Recovery Account als große Unterstützung. Die überwiegend positiven Rückmeldungen der Follower:innen vermittelten den Bloggerinnen verstärkt das Gefühl einer sinnvollen Betätigung. Die Bloggerinnen erzählten zudem, dass sie ihre Aufmunterungen für ihre Follower:innen auch oft für sich selbst mitnehmen und besser verinnerlichen konnten.

Für manche der Bloggerinnen war der Account teilweise eine Belastung. Sie hatten das Gefühl, sich regelmäßig bei ihren Follower:innen melden zu müssen, selbst wenn sie z. B. einen Rückfall hatten: „*Aber in dem Moment ist es halt ein zusätzlicher Stressfaktor, der einem dann auch so zu viel werden kann.*“ (B4, 24 Jahre, Bulimie). Die Angst vor Bewertung oder Hass-Kommentaren stellte einen weiteren negativen Aspekt dar. Auch die persönlichen Geschichten der Follower:innen konnten manchmal zur Belastung für die Bloggerinnen werden, besonders, wenn sie es als schwierig empfanden, die richtigen Worte zur Aufmunterung zu finden. Kritische Rückmeldungen oder unangebrachte Fragen führten bei einigen Bloggerinnen dazu, dass sie weniger Freude am Account hatten und sich persönlich verletzt fühlten. Mitunter lösten Trigger Selbstzweifel aus und erschwerten die Genesung: „*Also es gibt immer wieder böse Privatnachrichten, die dann Essensmengen kommentieren oder sagen, welche schlechten Nährstoffe ich zu mir nehme.*“ (B8, 19 Jahre, Atypische Anorexie).

Dass der Recovery Account für sie in keinem Zusammenhang mit dem Genesungsprozess steht, erwähnten vier Bloggerinnen. Ihren Erfahrungen nach waren Therapien, Klinikaufenthalte oder professionelles Personal, wie Ärzt:innen oder Psycholog:innen, die primären Einflussfaktoren in der Heilung ihrer Essstörung. Eine Bloggerin ergänzte, sich bewusst weniger an Instagram, sondern an ihrer Therapie orientieren zu wollen, um nicht wieder falsche ‚Vorbilder‘ für die Essstörung zu finden.

Neben dem Einfluss des Bloggings auf den Genesungsprozess wurde auch ein umgekehrter Einfluss erkennbar: Je fortgeschrittener die Bloggerinnen im Genesungsprozess waren, desto unwichtiger wurde Recovery Blogging für sie, auch um Distanz zu ihrer Erkrankung zu gewinnen.

8 Diskussion

Aus den Ergebnissen dieser Arbeit lassen sich Potentiale und Risiken von Recovery Accounts und Recovery Blogging auf Instagram ableiten: Viele Recovery Bloggerinnen thematisierten, dass sie und ihre Krankheit oft kaum wahr- und ernstgenommen werden. Ihre Recovery Accounts auf Instagram können als Gegenentwurf dazu verstanden werden. Sich mit anderen dazu auszutauschen, kann den Erkrankten helfen, ihre Gefühle zu legitimieren, zu normalisieren und Einsamkeit zu überwinden. Ein solcher Austausch ist jedoch nur dann hilfreich für den Genesungsprozess, sofern alle Beteiligten genesungsorientiert sind (McNamara & Parsons, 2016). Die Bloggerinnen empfinden ihre Community als Netzwerk von Insidern, die sich gegenseitig verstehen, ohne zu stigmatisieren. Gleichzeitig wird ihre Angst vor Stigmatisierung deutlich, da ein Großteil ganz oder teilweise anonym, z. B. mit Pseudonym, in dem Netzwerk agiert. Dennoch oder gerade deshalb empfinden die Befragten Instagram als einen sicheren Ort, wo sie sich anderen gegenüber ein wenig einfacher öffnen können als im Alltag (Smethurst & Kuss, 2018). Das Rollenbild der Recovery Bloggerinnen überschneidet sich mit dem von Influencer:innen, z. B. durch die textliche und visuelle Narration ihres Lebens sowie der wahrgenommenen Zuschreibung als Expert:in (Altendorfer, 2019). Dennoch sehen sich die Recovery Bloggerinnen nicht als Influencerinnen und grenzen sich teils bewusst davon ab.

Die Nutzung von Instagram durch vulnerable Personengruppen birgt jedoch auch Risiken für die Genesung, z. B. durch das Posten als Stressfaktor oder triggernde Kommentare. Einige Bloggerinnen versuchen diesen Einfluss nicht zu groß werden zu lassen – ausgehend von schlechten Erfahrungen mit Instagram und ihrer Essstörung. Vor diesem Hintergrund zeigen sich nachvollziehbare Ambivalenzen in der Motivation der Bloggerinnen: Sie verfolgen mit dem Account Ziele, die der eigenen Genesung dienen, sehen aber teilweise keinen Einfluss durch den Account auf den Genesungsprozess. Die Recovery Bloggerinnen übernehmen in ihrem Account Selbstverantwortung für ihre Krankheit und Genesung und nutzen den Account und

die Community für ihren Heilungsweg. Gleichzeitig distanzieren sie sich von einer Rolle als Verantwortungsträgerinnen für andere, grenzen sich von professionellen Therapieangeboten ab, achten jedoch darauf, verantwortungsvoll im Account zu handeln.

Insgesamt sprechen die Befunde für die These, dass ein Recovery Blogging geeignet sein kann, um wichtige Aspekte der Genesung zu fördern (Eikey & Booth, 2017), z. B. indem sie sich mit ihrer Krankheit auseinandersetzen, Fortschritte dokumentieren und anerkennen. Ebenso wichtig ist jedoch, ein Leben ohne die Krankheit führen zu lernen. Durch die vorrangige Definition der Bloggerinnen über ihre Krankheit und ihren Heilungsweg besteht die Gefahr darin, in dieser Rolle im Recovery Account zu verharren und sich so schlechter von der Krankheit lösen zu können (Eikey & Booth, 2017).

Limitationen

Mit zehn weiblichen Recovery Bloggerinnen aus dem deutschsprachigen Raum bildet die Studie nur einen kleinen Teil der gesamten Recovery Community ab. Zudem sind die Account-Reichweiten der befragten Bloggerinnen im Vergleich zu anderen deutschsprachigen Recovery Accounts zu Essstörungen auf Instagram eher klein. Eine größere Community könnte möglicherweise Einfluss auf das Rollenbild haben, indem sich die Bloggerinnen mehr an den Erwartungen ihrer Follower:innen orientieren oder ein anderes Verantwortungsempfinden haben. Die Studie bildet nur die individuellen Perspektiven der Bloggerinnen ab. Inwiefern diese ihre Community beeinflussen, kann nicht nachvollzogen werden.

Auch wenn die Studie gezeigt hat, dass Instagram bei Essstörungen eine große Rolle spielt, sollte das gesamte Medienensemble und andere (stigmatisierte) Erkrankungen in diesem Kontext berücksichtigt werden: Wie unterscheiden sich die Recovery Communities je nach Plattform? Hier könnten andere Soziale Medien, wie TikTok, von hoher Relevanz sein. Darüber hinaus ist die Bedeutung und Nutzung Sozialer Medien in den verschiedenen Phasen der Erkrankung differenziert zu untersuchen.

Ausblick

Die Studie verdeutlicht die Relevanz des Recovery Bloggings für das Krankheitsmanagement, die soziale Unterstützung und für die Aufklärung über (stigmatisierte) Erkrankungen. Neben weiteren qualitativen

Studien zur Fundierung und Erweiterung der gewonnenen Erkenntnisse, wären Studien zur Wahrnehmung und Wirkung von Recovery Accounts auf deren Rezipierende ein relevanter weiterer Schritt. An dieser Stelle wäre die Forschung jedoch in einem geschützten Rahmen, z. B. in psychotherapeutischer Betreuung, angebracht.

Deutlich wurde durch die Ergebnisse, dass Klinikaufenthalte eine besondere Rolle in Recovery Accounts spielen: So wurden Personen erst auf andere Accounts aufmerksam, begannen selbst zu bloggen und erhielten Fragen dazu. Kliniken könnten zusätzliche Möglichkeiten zum Austausch zwischen Behandelten und Interessierten herstellen oder innerhalb eines Aufenthalts kreative und soziale Formen des Krankheitsmanagements anbieten. So können selbsttherapeutische Maßnahmen, wie sie innerhalb des Accounts angewandt werden, in einem geschützteren, ‚offline‘ Rahmen stattfinden.

Literaturverzeichnis

- Altendorfer, L.-M. (2019). *Influencer in der digitalen Gesundheitskommunikation: Instagrammer, YouTuber und Co. zwischen Qualität, Ethik und Professionalisierung* (1. Aufl.). Nomos.
- Andalibi, N. (2019). What happens after disclosing stigmatized experiences on identified social media: Individual, dyadic, and social/network outcomes. *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300367>
- Andalibi, N., Ozturk, P., & Forte, A. (2017). Sensitive self-disclosures, responses, and social support on Instagram: The case of #depression. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*, 1485–1500. <https://doi.org/10.1145/2998181.2998243>
- Baumann, E. (2009). *Die Symptomatik des Medienhandelns: zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens*. Halem.
- Bundesgesundheitsministerium. (2023, 8. Februar). Essstörungen. <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/service/begriffe-von-a-z/e/essstoerungen.html>

- Burke-Garcia, A., Kreps, G. L., & Wright, K. B. (2018). Perceptions about disseminating health information among mommy bloggers: Quantitative study. *JMIR Research Protocols*, 7(4), e116. <https://doi.org/10.2196/resprot.7764>
- Chang, P., & Bazarova, N. (2015). Managing stigma: Disclosure-response communication patterns in pro-anorexic websites. *Health communication*, 31, 1–13. <https://doi.org/10.1080/10410236.2014.946218>
- 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 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1674–1687. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025747>
- Chaudoir, S., & Fisher, J. (2010). The disclosure processes model: Understanding disclosure decision making and postdisclosure outcomes among people living with a concealable stigmatized identity. *Psychological bulletin*, 136, 236–256. <https://doi.org/10.1037/a0018193>
- Dahrendorf, R. (2006). *Homo Sociologicus: Ein Versuch zur Geschichte, Bedeutung und Kritik der Kategorie der sozialen Rolle* (16. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Eikey, E. V., & Booth, K. M. (2017). Recovery and maintenance: How women with eating disorders use Instagram. *iConference 2017 Proceedings*, 227–240. <https://doi.org/10.9776/17024>
- Gowen, K., Deschaine, M., Gruttadara, D., & Markey, D. (2012). Young adults with mental health conditions and social networking websites: Seeking tools to build community. *Psychiatric Rehabilitation Journal*, 35(3), 245–250. <https://doi.org/10.2975/35.3.2012.245.250>
- Herrick, S., Hallward, L., & Duncan, L. (2020). “This is just how I cope”: An inductive thematic analysis of eating disorder recovery content created and shared on TikTok using #EDrecovery. *International Journal of Eating Disorders*, 54(4), 516–526. <https://doi.org/10.1002/eat.23463>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Kenny, T. E., Boyle, S. L., & Lewis, S. P. (2020). #recovery: Understanding recovery from the lens of recovery-focused blogs posted by individuals with lived experience. *International Journal of Eating Disorders*, 53(8), 1234–1243. <https://doi.org/10.1002/eat.23221>
- Kneidinger-Müller, B. (2017). Identitätsbildung in sozialen Medien. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 61–80). Springer Fachmedien.
- Knittel, M., Kollig, F., Mason, A., & Wash, R. (2021). Anyone else have this experience: Sharing the emotional labor of tracking data about me. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5 (CSCW1), 1–30. <https://doi.org/10.1145/3449153>
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Aufl.). Beltz Juventa.
- Kühn, J., & Riesmeyer, C. (2021). Brand endorsers with role model function: Social media influencers’ self-perception and advertising literacy. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 43, 67–96. <https://doi.org/10.21240/mpaed/43/2021.07.25.X>
- LaMarre, A., & Rice, C. (2017). Hashtag recovery: #Eating Disorder Recovery on Instagram. *Social Sciences*, 6(3), 1–15. <https://doi.org/10.3390/socsci6030068>
- McNamara, N., & Parsons, H. (2016). ‘Everyone here wants everyone else to get better’: The role of social identity in eating disorder recovery. *British Journal of Social Psychology*, 55(4), 662–680. <https://doi.org/10.1111/bjso.12161>
- Naslund, J. A., Aschbrenner, K. A., Marsch, L. A., & Bartels, S. J. (2016). The future of mental health care: Peer-to-peer support and social media. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 25(2), 113–122. <https://doi.org/10.1017/S2045796015001067>

Puhl, R., & Suh, Y. (2015). Stigma and eating and weight disorders. *Current Psychiatry Reports*, 17(3), 1-10. <https://doi.org/10.1007/s11920-015-0552-6>

Sauers, M. P. (2006). *Blogging and RSS: A Librarian's Guide*. Information Today, Inc.

Schlütz, D., & Möhring, W. (2016). Kommunikationswissenschaftliche Forschungsethik – Sonntagsworte, Selbstzweck, Notwendigkeit?. *M&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64(4), 483–496. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2016-4-483>

Šmahelová, M., Drtilová, H., Smahel, D., & Čevelíček, M. (2019). Internet usage by women with eating disorders during illness and recovery. *Health Communication*, 35, 1–9. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1582135>

Smethurst, L., & Kuss, D. (2018). 'Learning to live your life again': An interpretative phenomenological analysis of weblogs documenting the inside experience of recovering from anorexia nervosa. *Journal of Health Psychology*, 23(10), 1287–1298. <https://doi.org/10.1177/1359105316651710>

Wälte, D. (2021). Essstörungen – Prävalenz, Bedeutung und Implikationen für die Prävention und Gesundheitsförderung. In M. Tiemann & M. Mohokum (Hrsg.), *Prävention und Gesundheitsförderung* (S. 877–888). Springer.

Williams, C., & Riley, S. (2013). Finding support and negotiating identity. *RESET. Recherches En Sciences Sociales Sur Internet*, 2, 1-18. <https://doi.org/10.4000/reset.117>