

# Der Einfluss von Schönheitsidealen auf Jugendliche

Wie sich körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien auf  
Jugendliche und deren Identitätsbildung auswirken

# Der Einfluss von Schönheitsidealen auf Jugendliche

Wie sich körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien auf Jugendliche und deren Identitätsbildung auswirken

Bachelorarbeit von:

Alessandra Wieland  
FS20

An der:

OST St. Gallen  
Ostschweizer Fachhochschule  
Fachbereich Soziale Arbeit  
Studienrichtung Sozialpädagogik

Begleitperson:

Prof. Dr. Steve Stiehler  
Lehre Fachbereich Soziale Arbeit  
Studiengangsleiter BSc Soziale Arbeit /  
Dozent

Für den vorliegenden Inhalt ist ausschliesslich die Autorin verantwortlich.

Trübbach, 04.10.2020

# Inhaltsverzeichnis

1	Abstract.....	1
2	Einleitung .....	7
3	Der Sozialisationsprozess Jugendlicher und relevante Sozialisationsinstanzen .....	9
3.1	Die Lebensphase Jugend.....	9
3.2	Der Einfluss von Medien und Peer-Groups auf Sozialisationsprozesse.....	10
3.2.1	Medien als Sozialisationsinstanz.....	12
3.2.2	Peer-Groups, ihre Funktionen und der Zusammenhang zur Identitätsbildung .	15
3.2.3	Sozialer Vergleich in Peer-Groups und Medien.....	17
4	Soziale Medien und Schönheitsideale sowie deren Zusammenspiel .....	19
4.1	Soziale Medien, aktuelle Nutzungszahlen und Medienkompetenzen.....	19
4.1.1	Medienkompetenzen.....	20
4.2	Die Bedeutung des Körpers im Zeitalter der sozialen Medien .....	23
4.3	Der Begriff Schönheitsideal.....	24
4.3.1	Der subjektive Wirkort von Schönheitsidealen.....	25
4.3.2	Aktuelle körperbezogene Schönheitsideale.....	26
5	Die Wirkmacht von medialen körperbezogenen Schönheitsidealen auf Jugendliche .....	30
5.1	Der Zusammenhang von Medien und Schönheitsidealen bei Jugendlichen .....	30
5.2	Das Konzept der Kultivierungsanalyse .....	31
5.3	Schönheitshandeln.....	33
5.4	Risiken und Folgen von körperbezogenen Schönheitsidealen.....	34
6	Der Zusammenhang von Peer-Groups und medialen Schönheitsidealen.....	36
6.1	ein kurzer Überblick über die Schnittpunkte zwischen Peer-Groups und medialen Schönheitsidealen .....	36
6.2	Zuschreibungsprozesse auf relevante Dritte .....	37
7	Schnittstellen zu der Sozialen Arbeit .....	39
7.1	Das Handlungsfeld der Kinder- und Jugendarbeit .....	39
7.2	Handlungsmöglichkeiten und -aufforderungen der Sozialen Arbeit .....	41
7.2.1	Medienpädagogik auf der Mikroebene .....	42
7.2.2	Peer-Involvement auf der Mesoebene.....	45

7.2.3	Gesellschaftliche Sensibilisierung auf der Makroebene.....	47
7.3	Medienkompetenzen für Fachleute der Sozialen Arbeit.....	49
8	Resumée.....	52
9	Eigene Stellungnahme .....	55
10	Literaturverzeichnis.....	58
11	Abbildungsverzeichnis .....	64
12	Tabellenverzeichnis .....	64
13	Abkürzungsverzeichnis .....	64
14	Eigenständigkeitserklärung.....	65

# 1 Abstract

**Titel:** Der Einfluss von Schönheitsidealen auf Jugendliche

**Kurzzusammenfassung:** Die Arbeit befasst sich einerseits mit der Frage, wie körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien Jugendliche in ihrer Identitätsbildung beeinflussen sowie andererseits, welche genderspezifischen Problemlagen daraus entstehen.

**Autor(en):** Wieland, Alessandra

**Referent/-in:** Prof. Dr. Steve Stiehler

**Publikationsformat:**

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

**Veröffentlichung (Jahr):** 2020

**Sprache:** Deutsch

**Zitation:** Wieland, Alessandra (2020). Der Einfluss von Schönheitsidealen auf Jugendliche. St. Gallen: Fachhochschule St. Gallen.

**Schlagwörter (Tags):** Schönheitsideale, soziale Medien, Jugendliche, Identitätsbildung, Soziale Arbeit

## Ausgangslage

In der Schweiz fühlen sich laut einer Studie der WHO (2016) 44% der befragten Mädchen und 21% der befragten Jungen im Alter von 15 Jahren zu dick. Sogar bei den 11-jährigen betrifft dies bei den Mädchen 26% und bei den Jungen 18%. Diese Wahrnehmung ist u.a. durch die idealtypischen Körper, welche in den sozialen Medien abgebildet werden, beeinflusst (Stronski, 2018, S. 26-27). Insgesamt haben Medien einen starken Einfluss auf das Körperbild von Jugendlichen, wie die Gesundheitsförderung Schweiz (2017, S. 9) in einer

Studie bestätigt. Ein negatives Körperbild wiederum wurde laut Dittmar (2009) als Vorläufer verschiedenster mentaler Probleme nachgewiesen (zit. in Blake, 2015, S. 1). Dazu gehören u.a. Depressionen, Essstörungen oder auch ein geringes Selbstwertgefühl (Johnson & Wardle, 2005, zit. in Blake 2015, S.1, Delinski, 2011, zit. in Blake, 2015, S. 1).

## **Ziel**

Ziel der Arbeit ist es die folgenden Teilfragen zu beantworten:

- Welchen Einfluss haben körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien auf Jugendliche?
- Welche genderspezifischen Problemlagen können daraus entstehen?

Zusätzlich wird auch die Rolle der Sozialen Arbeit in Bezug zu dieser Fragestellung für die Arbeit relevant sein, sowie deren Handlungsmöglichkeiten.

## **Vorgehen**

Nachdem das Thema kurz eingeleitet und der persönliche Zugang geklärt wird, wird in einem ersten Schritt in Kapitel 3 der Sozialisationsprozess von Jugendlichen zusammengefasst.

Dabei werden allgemeine Infos zu der Lebensphase Jugend und zur Sozialisation gegeben und im Anschluss auf die wichtigsten Sozialisationsinstanzen in Bezug zu der leitenden Fragestellung eingegangen. In Kapitel 3.2.3 wird eine erste Theorie in Zusammenhang gestellt, nämlich die Theorie des sozialen Vergleichs.

Das Kapitel 4 befasst sich anschliessend mit sozialen Medien sowie Schönheitsidealen. Dabei werden einerseits soziale Medien sowie Schönheitsideale einzeln betrachtet und andererseits auch deren Zusammenhänge ausgearbeitet. Zusätzlich wird aufgezeigt, welcher Teil der Identität durch mediale Schönheitsideale beeinflusst wird und welche aktuellen Schönheitsideale in den sozialen Medien präsent sind.

Welche Wirkung mediale körperbezogene Schönheitsideale auf Jugendliche haben wird in Kapitel 5 theoriegeleitet erklärt. Ausserdem wird der Begriff „Schönheitshandeln“ fokussiert und die Funktionen von Schönheitshandlungen erklärt. Zusätzlich werden mögliche Folgen und Risiken kurz aufgezeigt.

Kapitel 6 befasst sich mit der Rolle von Peer-Groups im Zusammenhang mit medialen Schönheitsidealen und deren Wirkung. Hierbei wird wiederum auf eine Theorie zurückgegriffen.

In Kapitel 7 steht die Soziale Arbeit, spezifisch das Feld der Kinder- und Jugendarbeit im Fokus der Betrachtung. Dabei wird geklärt, welche Schnittpunkte zwischen der aufgezeigten Problematik und der Sozialen Arbeit bestehen. Im Bezug zur Kinder- und Jugendarbeit werden anschliessend in den Kapitel 7.2.1 bis 7.2.3 Handlungsmöglichkeiten thematisiert.

Kapitel 7.3 befasst sich schlussendlich auch mit den Anforderungen gegenüber den Fachleuten der Sozialen Arbeit.

In Kapitel 8 findet sich eine kurze Zusammenfassung, um die zentralen Aspekte der Arbeit nochmal hervorzuheben.

Abschliessend wird in Kapitel 9 eine persönliche Stellungnahme der Autorin zu der behandelten Thematik gegeben sowie einige offene Fragen und weiterführende Gedanken aufgezeigt.

### **Erkenntnisse**

Die Lebensphase Jugend ist u.a. durch die Identitätsbildung der Jugendlichen geprägt, welche zum Ziel hat, dass Jugendliche sich mit ihrem Körper, ihrer Psyche sowie auch mit ihrer sozialen und physischen Umwelt auseinandersetzen können (Hurrelmann, 2007, zit. in E-carius et al., 2011, S. 43-46). Ein wichtiger Teil dieser Identitätsbildung ist die Körperidentität. Diese kann über das Körperbild umfassend als das Verhältnis zum eigenen Körper beschrieben werden. Unzufriedenheiten mit dem eigenen Körper, also ein negatives Körperbild wirkt sich somit auch auf die Identitätsbildung aus (Daszkowski, 2003, S. 9).

Der Prozess der Sozialisation verweist hinsichtlich der Identitätsbildung auf die Relevanz von äusserlichen Faktoren, nämlich der gesellschaftlich vermittelten, sozialen und materiellen Umwelt. Zwischen diesen äusserlichen Faktoren und dem Individuum besteht eine wechselseitige Abhängigkeit (Niederbacher, Zimmermann, 2011, S. 15). Während der Sozialisation bzw. der Lebensphase Jugend gewinnen die Sozialisationsinstanzen Medien und Peer-Groups zunehmend an Bedeutung (Niesyto, 2007, S. 23) und hängen stark mit dem Einfluss von medialen körperbezogenen Schönheitsidealen auf die Identitätsbildung von Jugendlichen zusammen. Die Zusammenhänge werden in den nachfolgenden Erkenntnissen zusammengefasst und auf die erste leitende Frage „Welchen Einfluss haben körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien auf Jugendliche?“ eingegangen.

Soziale Vergleiche finden einerseits in sozialen Gruppen, bei Jugendlichen vor allem in Peer-Groups oder über die sozialen Medien statt (Raab et al., 2010, S. 30-31). Soziale Vergleichen mit Personen aus den sozialen Medien als Vergleichsmassstab können dazu führen, dass unrealistische körperbezogene Schönheitsideale entstehen, welche sich anschliessend auf das Selbstkonzept, den Selbstwert sowie auch auf die Handlungsebene, bspw. Schönheitshandlungen auswirken (Peter, 2016, S. 35-38). Dass viele Vergleichspersonen aus den sozialen Medien stammen, kommt daher, dass die Medien eine grosse Bandbreite an Vergleichspersonen zur Verfügung stellen und gleichzeitig Idealbilder über die sozialen Medien transportiert werden (Schönenberger & Martin, 2020, S. 94, Stronski, 2018, S. 27). Die Gesundheitsförderung Schweiz (2017, S. 9) hat den Zusammenhang von sozialen Medien und

Körperbild untersucht und stellte fest, dass ein geringe Beschäftigungszeit mit sozialen Medien in Zusammenhang mit einem positiven Körperbild steht. Das Körperbild umfasst die Wahrnehmung, Emotion, Kognition und das Verhalten der Jugendlichen gegenüber ihrem Körper (Ricciardelli & Yager, 2016, zit. in Stronski, 2018, S. 26).

Idealisierten Körperdarstellungen wird laut dem Third-Person-Effekt (Davidson, 1983) ausserdem eine grosse Wirkung auf Drittpersonen zugeschrieben, was sich wiederum auf die eigene Körperwahrnehmung und Körperzufriedenheit auswirkt. Das bedeutet, dass Jugendliche Darstellungen von körperbezogenen Schönheitsidealen in den sozialen Medien rezipieren und davon ausgehen, dass sich die Massstäbe anderer Personen durch die Betrachtung dieser Darstellungen verändern (Chia, 2009, zit. in Blake, 2015, S. 137-138, Blake, 2015, S. 140). So können Diskrepanzen zwischen den zugeschriebene Massstäben und dem eigenen Aussehen entstehen, was sich negativ auf die Körperzufriedenheit bzw. auf das Körperbild auswirkt (Blake, 2015, S. 140). Zusätzlich werden die körperbezogenen Schönheitsideale ebenfalls internalisiert, was zu veränderten Vorstellungen von Schönheit führt (Hoffmann, 2017, S. 170) sowie auch zu veränderten Handlungsdispositionen (Krause, 2018, S. 7-8). Diese Internalisierung kann über die Kultivierungsanalyse (Gerbner, 1969) erklärt werden. Die Internalisierung von körperbezogenen Schönheitsidealen kann bei Jugendlichen zusammengefasst einerseits zu einer Beeinflussung der Körperzufriedenheit sowie auch zu einem veränderten Ideal-Selbst führen (Peter, 2016, S. 34).

Aus diesen Vergleichsprozessen, Internalisierungen sowie Zuschreibungsprozessen können unterschiedliche genderspezifische und allgemeine Problemlagen entstehen, womit sich die zweite leitende Frage beschäftigt.

Soziale Vergleiche haben einen negativeren Einfluss auf weibliche Jugendliche als auf männliche Jugendliche, da die natürliche Entwicklung bei weiblichen Jugendlichen stärker von den gesellschaftlichen Idealen abweicht (Stronski, 2018, S. 26-27). Zusätzlich ist das Schönheitsideal von Frauen gesellschaftlich auch stärker normiert als jenes der Männer (Sieverding, 1993, S. 235 zit. in Liebsch, 2017, S. 45). Ein genderspezifischer Unterschied zeigt sich zudem daran, dass auch das Risiko für Essstörungen bei weiblichen Personen höher ist als bei männlichen (Brunner & Resch, 2015, S. 10-11). Hingegen kommt bei Männern öfter Muskel- oder Fitnesssucht, fachsprachlich muscle dysmorphia als eine Folge von starker Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und einem negativen Körperbild vor (Widmer Howald et al., 2018, S. 766).

Die behandelte Thematik betrifft die Soziale Arbeit vor allem im Bereich der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (Dachverband Offene Jugendarbeit, 2018a, S.1), denn die Kernziele der



Offenen Kinder- und Jugendarbeit beinhalten u.a. ein hohes Selbstwertgefühl und Selbstbewusstsein bei Jugendlichen (DOJ; 2018b, S. 2). Hierbei stehen Handlungsmöglichkeiten und -aufforderungen auf Mikro-, Meso- und Makroebene im Zentrum, welche zur Förderung eines positiven Körperbildes beitragen sollen.

Auf der Mikroebene steht vor allem die Förderung von Medienkompetenzen bei Jugendlichen im Zentrum mit Methoden der Aktiven Medienarbeit, welche u.a. auch medienpädagogische Projektarbeiten beinhalten. Laut Süß et al. (2010, S. 143) ist das Ziel der Aktiven Medienarbeit ein analytischer, kritischer, reflexiver und produktiver Umgang der Jugendlichen mit Medien zu fördern. Bei genderspezifischen Projekten auf der Mikroebene konnte laut Caughlin und Kalodner (2006, S. 42 zit. in Roth-Ebner, 2019, S. 8) bereits nachgewiesen werden, dass sich die Förderung von Medienkompetenzen präventiv positiv auf mögliche Problemlagen auswirken kann.

Auf der Mesoebene findet vor allem Arbeit mit den Peer-Groups sowie auch mit der Familie statt. Eine Methode mit Peer-Groups zum Thema Medien und körperlichen Schönheitsidealen zu arbeiten, ist die des Peer-Involvements. Die Leitidee des Peer-Involvements ist es, dass Jugendliche von anderen, im Vorfeld geschulten Jugendlichen über gewisse Sachverhalte informiert werden (Jugend und Medien, 2018, S. 8).

Auf der Makroebene, also der gesellschaftlichen Ebene betrifft die Thematik die Soziale Arbeit vor allem bezüglich der Sensibilisierung der Gesellschaft, denn laut Blake (2015, S. 204-209) würden eine grössere Vielfalt von Körperdarstellungen in den Medien sowie die Kennzeichnung von manipulierten medialen Körperdarstellungen zu einer Reduzierung von negativen Auswirkungen führen.

Des Weiteren ist auch die Förderung der Medienkompetenzen bei den Fachpersonen nicht zu vernachlässigen (Hoffmann, 2010, S. 62).

### **Literaturquellen (Auswahl)**

- Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit (2018a). *Leitfaden Digitale Medien in der OKJA*. Abgerufen von [https://wiki.doj.ch/wiki/Digitale\\_Medien\\_in\\_der\\_OKJA](https://wiki.doj.ch/wiki/Digitale_Medien_in_der_OKJA)
- Gesundheitsförderung Schweiz (2017). *Faktenblatt 25. Positives Körperbild bei Jugendlichen in der Schweiz*. Abgerufen von [https://gesundheitsfoerderung.ch/assets/public/documents/de/5-grundlagen/publikationen/ernaehrung-bewegung/faktenblaetter/Faktenblatt\\_025\\_GFCH\\_2017-10\\_-\\_Positives\\_Koerperbild\\_bei\\_Jugendlichen\\_in\\_der\\_Schweiz.pdf](https://gesundheitsfoerderung.ch/assets/public/documents/de/5-grundlagen/publikationen/ernaehrung-bewegung/faktenblaetter/Faktenblatt_025_GFCH_2017-10_-_Positives_Koerperbild_bei_Jugendlichen_in_der_Schweiz.pdf)
- Hoffmann, Bernward (2010). Medienpädagogische Kompetenz in der Sozialen Arbeit. In Georg Cleppien & Ulrike Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien* (S. 55-70). Wiesbaden: VS Verlag.

- Niederbacher, Arne & Zimmermann, Peter (2011). *Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter* (4. Überar. Und aktual. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Peter, Christina (2016). *Fernsehen als Zerrspiegel. Relevanz und Bedingungen sozialer Vergleichsprozesse im Rahmen der Fernsehnutzung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Roth-Ebner, Caroline (2019) Medienpädagogik und Gender, Medien- und Genderkompetenz. In Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl & Viktorija Ratkovic (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht* (S. 1-12). Wiesbaden: Springer Fachmedien. Stronski, Susanne M. (2018). Körperbild bei Mädchen und Jungen in der Pubertät. In Bernhard Stier, Nikolaus Weissenrieder & Karl Otfried Schwab (Hrsg.), *Jugendmedizin* (2. Aufl.) (S. 25-29). Wiesbaden: Springer VS.
- Süss, Daniel (2010). Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion. In Dagmar Hoffmann & Lothar Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisations-theorien Modelle und Ansätze in der Diskussion* (2. überar. Und erw. Aufl.) (S. 109-130). Wiesbaden: VS Verlag.

## 2 Einleitung

Wie die Statistiken der International Society of Aesthetic Plastic Surgery [ISAPS] (2020, S.12) zeigen, steigt die Anzahl durchgeführter kosmetischer und ästhetischer Eingriffe weltweit jährlich an. Dabei zählen zu den kosmetischen Eingriffen unter anderem Brustvergrößerungen, Fettabsaugungen, Augenlidoperationen, Bauchstraffungen und Nasenkorrekturen, während zu den ästhetischen Eingriffen u.a. Injektionen mit Botox oder Hyaluronsäure, Haarentfernungen und Hautverjüngungen zählen.

Gesamthaft stieg die Anzahl Eingriffe im Jahr 2018 verglichen zum Jahr 2017 um 5.4 % und im Vergleich zum Jahr 2014 um 20.2% (ISAPS, 2020, S.12). In Deutschland wurden beispielsweise im Jahr 2018 rund 922'000 Eingriffe gemacht und in Italien rund 854'000 Eingriffe. Weltweit konnte festgestellt werden, dass mit Abstand am meisten Eingriffe in der Altersspanne zwischen 19 und 34 Jahren gemacht werden. Wichtig zu beachten ist, dass von allen Eingriffen 12.6% an männlichen Personen und 87.4% an weiblichen Personen durchgeführt werden (ISAPS, 2020, S. 18-43).

Diese Zahlen deuten bereits daraufhin, welche Relevanz das Aussehen einer Person in unserer Gesellschaft hat. Des Weiteren ist der Statistik zu entnehmen, dass viele junge Frauen zwischen 19 und 35 Jahren ihr Aussehen durch ästhetische und kosmetische Eingriffe zu verändern versuchen. Die zunehmende Relevanz von Äusserlichkeiten und Idealen im Bereich Aussehen beeinflusst auch Jugendliche. Welche Auswirkungen diese Beeinflussung auf Jugendliche hat, wird in der vorliegenden Arbeit vorgestellt.

Mein persönlicher Zugang zu diesem Thema findet sich in verschiedenen Bereichen und Ebenen meines Alltages. Erstens und sehr relevant ist das Thema im Rahmen von persönlichen Interaktionen auf Berufsebene. Sowohl in meinem ersten Praxismodul in einer Sonderschule als auch während Nachhilfestunden bei Oberstufenschüler und Oberstufenschülerinnen wurden Schönheitsideale sowohl implizit als auch explizit thematisiert. In der Sonderschule stellte sich bei mehreren jugendlichen Mädchen unabhängig voneinander in Gesprächen heraus, dass sie unzufrieden mit ihrem Körper sind und sich entweder über sportliche Aktivitäten körperlich verändern möchten oder beim Erreichen des 18. Lebensjahres Schönheitsoperationen vornehmen wollen. Die Mädchen beschrieben als Idealbild ihres Körpers meist eine dünnere Taille, dünnere Beine und dafür grössere Brüste und einen „knackigen“ Po. Sie konnten auf Instagram auch direkt Bilder von einigen berühmten Personen aufrufen, welche ihren Vorstellungen entsprachen und ich hatte den Eindruck, dass sie sich stark daran orientierten.

Im Kontext der Nachhilfestunden wurde das Thema ebenfalls angesprochen, und zwar im Zusammenhang mit der Fernsehsendung Germany's next Topmodel, welche die Mädchen

wöchentlich schauen. Gesprächsthema wurde unter anderem eine Kandidatin, welche als Curvy Model arbeiten wollte, also nicht den typischen Modelmassen entsprach. Die Mädchen bezeichneten das Model als „fett“ und offenbarten, dass sie sich mit einem solchen Körper nicht im Fernsehen zeigen würden.

Auch bei Jungen war das Thema Körper offensichtlich wichtig. So erlebte ich, dass sich Jugendliche gegenseitig abwerteten aufgrund von einem zu hohen Fettanteil oder zu wenig Muskelmasse am Körper. Dabei wurde jedoch nicht darauf geachtet, wie leistungsfähig das Gegenüber war, sondern nur, wie der Körper aussah. Zusätzlich konnte ich während der Arbeit an der Sonderschule bei mehreren Jungen beobachten, dass sie sehr viel Wert auf Krafttraining legten mit dem Ziel ein muskulöseres Erscheinungsbild zu erarbeiteten.

Insgesamt hatte ich trotzdem den Eindruck, dass die Mädchen stärker von Idealvorstellungen des Körpers beeinflusst waren oder sich stärker damit befassten als die Jungen. Diese Beobachtungen führten auch dazu, dass ich mich dazu entschied, das Thema genderspezifisch zu bearbeiten.

Ein weiterer Grund für die Themenwahl ist meine eigene wahrgenommene Beeinflussung durch Darstellungen von Idealkörpern in den Medien. Ich habe bereits vor einigen Jahren damit angefangen, meine eigene Vorstellung von Körpern kritisch zu hinterfragen und versuche mir der Beeinflussung von gesellschaftlichen Idealvorstellungen bewusst zu werden, mich davon abzuwenden hin zu einer gesundheitsorientierten Sichtweise. Trotzdem fällt mir auch heute noch auf, wie stark ich von den Schönheitsidealen unsere Gesellschaft beeinflusst bin, diese verinnerlicht habe und sich meine Bewertungen daran orientieren. Dies ist ein weiterer Grund, weshalb ich das Thema körperbezogene Schönheitsideale gewählt habe.

Zusätzlich nehme ich eine zunehmende Relevanz der sozialen Medien in den Lebenswelten der Menschen wahr, was die oben bereits beschriebene Thematik weiter unterstützt. Ein weiterer Grund für die Themenwahl dieser Bachelorarbeit ist das Interesse an diesen spezifischen vermuteten negativen Folgen des zunehmenden Mediengebrauchs von Jugendlichen im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Normen.

In der vorliegenden Arbeit wird deshalb der folgenden Fragestellung nachgegangen:

Wie beeinflussen körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien Jugendliche bezüglich ihrer Identitätsbildung und welche genderspezifischen Problemlagen können sich daraus entwickeln?

### 3 Der Sozialisationsprozess Jugendlicher und relevante Sozialisationsinstanzen

Im vorliegenden Kapitel wird auf den Prozess der Sozialisation eingegangen mit Fokus auf die Sozialisationsinstanzen Medien und Peer-Groups.

In einem ersten Schritt wird der Begriff „Jugend“ über verschiedene theoretische Ansätze erklärt und eine Definition für den weiteren Verlauf der Arbeit festgelegt. Danach wird im Kapitel 3.2 auf den Prozess der Sozialisation eingegangen. Es wird aufgezeigt, welche Prozesse die Sozialisation beinhaltet und durch welche äusseren Einflüsse die Sozialisation geprägt wird. In einem nächsten Schritt werden in den Kapiteln 3.2.1 und 3.2.2 zwei spezifische Sozialisationsinstanzen detailliert beschrieben, nämlich die Medien sowie die Peer-Groups. Hier wird jeweils die Funktion der Sozialisationsinstanz zentral erklärt sowie weitere Details erläutert. Abschliessend geht es im Kapitel 3.2.3 um die Theorie der sozialen Vergleiche und den Zusammenhang zu den vorher erklärten Sozialisationsinstanzen. Ziel dieses Kapitels ist es, die Prozesse und Beeinflussungen in der Lebensphase Jugend vorzustellen, an denen sich der weitere Verlauf der Arbeit fokussiert.

#### 3.1 Die Lebensphase Jugend

Jugend wird als eine Lebensphase zwischen den Phasen Kindheit und Erwachsensein verstanden. Die Bevormundung der Kindheit lässt in der Jugend nach, jedoch besteht nach wie vor eine gewisse Abhängigkeit und Sicherung von aussen, da die umfassende Selbstverantwortlichkeit noch nicht erreicht ist. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wurde Jugend als eine Altersspanne zwischen 13 und ca. 25 Jahren definiert (Lippuner, 2018, S. 41). Häufig wird für diese Lebensphase auch der Begriff der Adoleszenz, welcher aus der Psychologie stammt, verwendet. Dieser bezeichnet nach Niederbacher und Zimmermann (2011) wie der Begriff Jugend: „die über die Pubertät hinausgehende Entwicklungsphase von Jugendlichen“ (S.137) und umfasst jegliche Entwicklungsprozesse und Entwicklungsbedingungen zwischen den Lebensphasen der Kindheit und des Erwachsenseins (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 138). In der folgenden Arbeit werden beide Begriffe als Synonym vorkommen, hauptsächlich wird jedoch der Begriff Jugend verwendet.

Die Lebensphase Jugend ist ein gesellschaftlich konstruiertes Phänomen und kann nicht klar durch biologische Prozesse begrenzt werden. Der Beginn kann zwar mehr oder weniger durch das Einsetzen der Geschlechtsreife definiert werden, wobei auch hier kein einheitliches Alter festgelegt werden kann, ein Ende der Lebensphase kann jedoch nicht bestimmt werden. Vielmehr gilt die Jugend als ein Experimentierraum zur Identitätssuche und wird somit durch soziale Praktiken und soziale Reaktionen erkenntlich (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 134-135). Auch Ecarius, Eulenbach, Fuchs & Walgenmach (2011, S. 14)

betonen hinsichtlich der Lebensphase Jugend die beginnende Ablösung aus dem familiären Kontext und der damit verbundenen Rolle des Kindes sowie die ausstehende Übernahme der Erwachsenenrolle samt der vollständigen Wahrnehmung der gesellschaftlichen Rollen. Die nachfolgende Arbeit orientiert sich an der Begriffserklärung nach Niederbacher und Zimmermann (2011) bzw. nach Ecarius et al. (2011), wonach keine genaue Altersspanne für die Lebensphase definiert wird.

Des Weiteren gilt es zu beachten, dass die Lebensphase Jugend stark von äusseren Einflüssen geprägt wird. Schäfers und Scherr (2005 zit. in Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 136) definieren Jugend deshalb als: „eine gesellschaftlich institutionalisierte, intern differenzierte Lebensphase, deren Verlauf, Ausdehnung und Ausprägungen wesentlich durch soziale Bedingungen und Einflüsse (sozioökonomische Lebensbedingungen, Strukturen des Bildungssystems, rechtliche Vorgaben, Normen und Erwartungen) bestimmt ist. Jugend ist keine homogene Sozialgruppe, sondern umfasst unterschiedliche Jugenden“ (S. 23). Die Lebensphase kann aufgrund der Einflussfaktoren sowie aufgrund dessen, dass die Phase ein gesellschaftliches Phänomen ist, nicht abgegrenzt von der jeweiligen Gesellschaft betrachtet werden. Zusätzlich ist ein wichtiger Bestandteil der Jugend die zur Identitätsentwicklung gehörende Positionierung innerhalb der Gesamtgesellschaft. Hierdurch zeigt sich ein weiterer Zusammenhang von Gesellschaft und Jugend (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 136).

### **3.2 Der Einfluss von Medien und Peer-Groups auf Sozialisationsprozesse**

Der in Kapitel 3.1 bereits erwähnte Zusammenhang zwischen der Lebensphase Jugend und äusseren gesellschaftlichen Bedingungen kann über den Prozess der Sozialisation erläutert werden. Laut Niederbacher und Zimmermann (2011, S.15) ist Sozialisation der Prozess der Entstehung und Entwicklung der Persönlichkeit eines Individuums in reziproker Abhängigkeit der gesellschaftlich vermittelten, sozialen und materiellen Umwelt. Vollbrecht (2014, S.116) bestätigt diese Wechselseitigkeit indem er Sozialisation nicht als Anpassung der Individuen an die Vorgaben der Gesellschaft beschreibt, sondern vielmehr als Lernprozess, durch welchen Individuen innerhalb einer Gesellschaft oder Kultur soziale Handlungsfähigkeit erlangen. Im Fokus steht dabei die Befähigung eines Individuums zur Partizipation am sozialen Leben und zur Mitwirkung an der Gesellschaftsentwicklung (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 15). Liebsch (2017, S. 275) fasst zusammen, dass sowohl subjektive Anpassungsprozesse und die Aneignung sozialer Normen als auch durch Individuen ausgelöste Veränderungsprozesse von Sozialem und Kulturellem ein Teil der Sozialisation sind.

Der Prozess der Sozialisation findet auf mehreren Ebenen statt, welche in Abb. 1 ersichtlich sind.



Abb. 1: Ebenen der Sozialisation  
Anmerkung: Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 16

Auf der ersten Ebene sind Persönlichkeitsmerkmale von zentraler Bedeutung, welche sich im Zusammenspiel mit der zweiten Ebene entwickeln, nämlich in Auseinandersetzung zu anderen Individuen. Die Auseinandersetzungen finden wiederum in Institutionen der dritten Ebene statt, bei denen die Vermittlung von Normen und Werten eine wichtige Rolle spielt und welche sich aus der vierten Ebene heraus entwickelt haben (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 16-17).

Wie durch diese Abbildung ersichtlich wird, findet Sozialisation in verschiedenen Bereichen statt. Zu den wichtigsten Sozialisationsbereichen von Jugendlichen zählen vor allem die Familie, die Schule, Jugendkulturen sowie auch Medien und Arbeitszusammenhänge. Grundsätzlich können alle Gruppen oder sozialen Kontexte, in denen die Jugendlichen einen großen Teil ihres Lebens verbringen als Sozialisationsbereiche bezeichnet werden (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 71).

Nach Hurrelmann (2007 zit. in Ecarius et al., 2011, S. 43-46) und seinen Überlegungen zu Individuation und Integration steht die Entwicklung einer unverwechselbaren Persönlichkeit im Zentrum der Jugendphase. Er umschreibt diese Entwicklung als Identitätsbildung, welche zum Ziel hat, dass sich die Jugendlichen mit ihrem Körper, Psyche sowie der sozialen und physischen Umwelt auseinandersetzen können. Dazu gehört unter anderem auch der Umgang in der Familie, mit Recht, Religion sowie auch mit Peers, Medien oder dem Konsummarkt.

Die erwähnte Auseinandersetzung mit dem Körper ist für die leitende Fragestellung besonders relevant. Küchenhoff und Agarwalla (2013, S. 76) betonen, dass die Identitätsbildung stark mit dem Körper in Verbindung steht. Identitätsbildung findet u.a. am bzw. über den eigenen Körper statt, nämlich durch die Körperidentität, bei welcher die Abgrenzung zu Körper

anderer Person zentral ist. Detailliertere Angaben zur Bedeutung des Körpers werden im Kapitel 4.2 aufgezeigt.

Zu den wichtigsten Sozialisationsinstanzen zählt Hurrelmann (2007, S. 64ff, zit. in Ecarius et al., S. 44) nebst der Familie die Schulen, Ausbildungsstätten, Gleichaltrige und die Medien. Die Nutzung von unterschiedlichen Medien gehört in den klassischen Sozialisationsfelder wie Familie, Peers oder Schule zum Alltag und gewinnt in den Lebensbereichen von Jugendlichen zunehmend an Bedeutung. In der frühkindlichen Sozialisation kommt die stärkste Bedeutung der Familie zu. Dies verschiebt sich jedoch in der Jugend auf Peers und Medien (Niesyto, 2007, S. 23). Im folgenden Kapitel wird auf die spezifische Sozialisation durch die Medien und die Peergroups als Sozialisationsinstanzen eingegangen, denn nach Lippuner (2018, S. 64) haben die Peer-Groups eine hohe Relevanz für die Aneignung eines Mediums. Die in Peer-Groups gesetzten Standards der Mediennutzung sind für die Aneignungsprozesse eines Mediums seitens der Jugendlichen entscheidend.

Auf Abb. 1 nach Niederbacher und Zimmermann (2011, S. 16) finden sich die Peer-Groups auf der zweiten Ebene von Interaktionen und Tätigkeiten als Kommunikation zwischen Gleichaltrigen und Freunden, während sich die Medien auf der dritten Ebene der Institutionen findet, nämlich den Massenmedien.

### 3.2.1 Medien als Sozialisationsinstanz

Sowohl Medien als auch Peer-Groups sind nur sozialisationsrelevant, wenn sie nicht auf reiner Selbstelektion beruhen und nicht bewusst eine Beziehung gewählt wird, bei der kein Anreiz zur Veränderung der eigenen Dispositionen besteht (Krämer, 2013, S. 181). Weitere Gedanken dazu werden im Fazit nochmals kurz aufgenommen.

Ein Hauptunterschied von Medien als Sozialisationsinstanz zu den anderen Sozialisationsinstanzen ist die Zuwendung aus eigener Motivation. Die Sozialisation durch Familie oder auch durch die Schule findet meist nicht aus eigener Motivation heraus statt, sondern ist strukturell gegeben. Hingegen wird die Sozialisation durch Medien, vor allem durch digitale Medien hauptsächlich freiwillig gewählt, wodurch Medien die Funktion einer Selbstsozialisationsinstanz zukommt (Lippuner, 2018, S. 64). Trotzdem gilt es laut Hoffmann (2018, S. 684) zu berücksichtigen, dass die Sozialisation mit und durch die Medien nicht getrennt von anderen Sozialisationsbereichen abläuft, da auch diese anderen Sozialisationsbereiche durch Medien beeinflusst sind. Medien haben somit in allen Sozialisationsbereichen eine gewisse Relevanz, da sie diese strukturieren.

Dies führt wiederum dazu, dass die Sozialisation durch Medien nicht vollkommen auf einer Selbstelektion beruht.



Sozialen Medien kommen während der Sozialisation verschiedene Funktionen zu. Vollbrecht (2003 S. 14f. zit. in Friedrichs & Sander, 2010, S. 285-286) fasst diese Funktionen unter den Kategorien situative, soziale und biographische bzw. Ich-bezogenen Funktionen zusammen. Zu den **situativen Funktionen** gehören die Information, die Unterhaltung, die Stimmungsregulierung sowie auch Eskapismus und die Habitualisierungsfunktion. Lippuner (2018, S. 64) beschreibt diese Funktionen als Unterhaltungs- und Orientierungsangebot.

Zu den **sozialen Funktionen** zählt Vollbrecht (2003, S. 285) Gesprächsanlässe, Meinungsbildung, Gruppenidentität und die Positionierung in den Medienwelten. Laut Krämer (2013, S. 187) spielt bei diesen sozialen Funktionen zusätzlich die Stiftung von Gemeinsamkeiten eine wichtige Rolle, da Medien verbindende Themen schaffen.

Weiter können verschiedene Sachverhalte über soziale Medien sozialisationsrelevant gemacht werden, indem sie in den Medien konstruiert und mit Personen verknüpft werden. Dazu müssen diese Sachverhalte, wie beispielsweise Schönheitsideale über Abbildungen, Posten oder Verknüpfungen ins Netz geraten. Erst dadurch erhalten sie Sozialisationsrelevanz. Da Sachverhalte in sozialen Medien praktisch immer mit einer oder mehreren anderen Personen verknüpft sind, gewinnen sie eine soziale Konnotation und werden für die Identitätsarbeit relevant (Krämer, 2013, S. 188).

Unter den **biographischen und Ich-bezogenen Funktionen** sammeln sich die Identitätsentwicklung, Selbst-Vergewisserung, Selbst-Reflexivität, Selbst-Darstellung sowie Modell-Lösungen für persönliche Themen (Vollbrecht, 2003, S. 14f. zit. in Friedrichs & Sander, 2010, S. 285-286). Dabei spielt für Lippuner (2018, S. 64) die Spezifizierung auf digitale Medien hinsichtlich der Überprüfung und Auseinandersetzung mit der eigenen Identität eine wichtige Rolle, da vor allem die digitalen Medien in dieser Hinsicht relevant sind. Hoffmann (2018, S. 688-689) schreibt, dass die Bedeutung der Medien für die Strukturierung der Identität seit Mitte der 1990-er Jahre immer weiter zunimmt. Die Bemühungen ein Selbstbild zu konstruieren nehmen ebenso weiter zu, da Identität sich primär zu einer Eigenleistung entwickelt hat. Dabei spielen die sozialen Medien mit ihrer Orientierungsfunktion eine wichtige Rolle bei der Suche nach Sinnbezügen. Jugendlichen wird in den sozialen Medien das Management ihrer eigenen Identität sowie das Erproben der eigenen Identität im Sinne einer Selbstpräsentation ermöglicht

Heute wird oft der Begriff **Mediensozialisation** verwendet, welcher Prozesse der Medienrezeption, die lebensweltliche Aneignung von Medien, deren Gebrauch und die Verständigung über Themen und Inhalte, welche über Medien vermittelt werden, zusammenfasst (Vollbrecht & Wenger, 2010, S. 9 zit. in Vollbrecht, 2014, S. 118). Die Prozesse der Mediensozialisation lassen sich wie bereits angedeutet nicht von der allgemeinen Sozialisation separiert betrachten (Vollbrecht, 2014, S. 117).

Niesyto (2007, S. 23-25) weist daraufhin, dass die Mediensozialisation sowohl Ressourcen als auch Risiken mit sich bringt. Einerseits eignen sich Jugendliche verschiedenste Kompetenzen im Bereich der Mediennutzung an, andererseits entstehen auch Problemfelder bezüglich des Unterscheidens und Entscheidens sowie der Orientierung und Veroberflächlichung von Wahrnehmungstätigkeiten. Süß (2010) formuliert in seinem Text weitere Risiken der Mediensozialisation, nämlich den „Konsum- und Konformitätsdruck“ (S. 122), „fremdbestimmte Zeit“ (S. 123), „Verzerrungen im Selbst- und Weltbild“ (S. 123) sowie die „Auflösung von Identitäts-Grenzen“ (S. 124). „Konsum- und Konformitätsdruck“ (Süss, 2010, S. 122) meint die Tatsache, dass Jugendliche konstant mit dem Aufforderungscharakter der sozialen Medien konfrontiert sind und sich daraus das Risiko ergibt, dass sie Konsum als primäre Befriedigung empfinden. Des Weiteren kann über Konsum auch Zugehörigkeit dargestellt werden, wodurch Konformitätsdruck entsteht. Bspw. müssen Medienangebote regelmässig verfolgt werden, um an der Kommunikation darüber teilhaben zu können (Süss, 2010, S. 122-123).

Ein weiteres Risiko definiert Süß (2010) als die „fremdbestimmte Zeit“ (S. 123). Darunter versteht er, dass soziale Medien nicht immer aus Eigeninitiative genutzt werden und somit fremdbestimmt sind. Vor allem durch Smartphones besteht die Gefahr, dass Freizeit über soziale Medien fremdbestimmt oder fremdgesteuert wird (Süss, 2010, S. 123).

Das Risiko „Verzerrung im Selbst- und Weltbild“ (S. 123) bedeutet dass das Fremd- und Selbstbild von Jugendlichen durch die Auswahl und die Art der Darstellungen in den sozialen Medien beeinflusst werden kann (Süss, 2010, S. 123). Süß (2010) betont: „Je weniger Primärerfahrungen Kinder und Jugendliche in einem bestimmten Bereich haben (z.B. Sexualität), desto stärker können sie von einseitigen Medienbildern in ihrem Selbst- und Weltbild beeinflusst werden“ (S. 123). Des Weiteren spielen bei diesem Risiko auch soziale Vergleichsprozesse und Kultivierungsthesen eine wichtige Rolle (Süss, 2010, S. 123), welche in Kapitel 3.2.3 und 5.2 detailliert behandelt werden.

Als letztes Risiko nennt Süß (2010) die „Auflösung der Identitäts-Grenzen“ (S. 124). Die Fragmentierung der Lebenswelten in der heutigen Gesellschaft stellt eine Gefahr für das Bewusstsein für die eigene Biografie dar (Sennett, 1998 zit. in Süß, 2010, S. 124). Für Jugendliche, die sich erst in der Entwicklung ihrer Identität befinden, stellen widersprüchliche und verzerrte Inhalte in den sozialen Medien eine Gefahr dar (Süss, 2010, S. 124).

Gleichwohl wie die Mediensozialisation Risiken mit sich bringt, bringt sie auch Ressourcen mit sich. Einerseits können Medien zum Erwerb von Wissen und Können genutzt werden sowie auch zur Entfaltung von kognitiven, emotionalen und motivationalen Fähigkeiten. Ausserdem ermöglichen sie auch ein mentales Ausprobieren von gesellschaftlichen Rollen durch die Identifikation mit Medienfiguren. Andererseits können Jugendliche über die Medien auch

ihr eigenes Zeitmanagement erlernen, indem sie sich bewusst für oder gegen die Nutzung von Medien allgemein und vor allem sozialen Medien entscheiden und somit bewusst Prioritäten setzen (Süss, 2010, S. 125-126).

Medien dienen auch zur Förderung der Selbstgestaltung und Selbstdarstellung der Jugendlichen. Diese beiden Prozesse finden hauptsächlich statt, da Medien einen grossen Zusammenhang mit sozialen Settings haben, u.a. hinsichtlich Anschlusskommunikationen, Peer-Groups oder Aushandlungsprozessen mit den Eltern über die Nutzung.

Letztlich spielen auch die Kompetenzen, welche sich Jugendliche durch die Nutzung von Medien aneignen eine wichtige Rolle, wenn es um Ressourcen geht (Süss, 2010, S. 126-127). Auf diese Kompetenzen wird im 4.1.1 eingegangen.

### 3.2.2 Peer-Groups, ihre Funktionen und der Zusammenhang zur Identitätsbildung

Als Peer-Groups werden soziale Beziehungen zu Gleichaltrigen verstanden, wobei es sich um Freundschaften, formale Beziehungen wie Schulklassen und informelle Beziehungen handeln kann (Harring, Böhm-Kasper, Rohlf & Palentien, 2010, S. 9). Peer-Groups weisen nach Krämer (2013, S. 180) wie auch Medien einen hohen Anteil an Selbstselektion auf, da sie vom Individuum grösstenteils selbst gewählt werden. Die sozialen Beziehungen in Peer-Groups gewinnen im Jugendalter stark an Bedeutung in Bezug auf das Freizeitverhalten, die (kulturelle) Lebensführung, soziale Orientierung, dem schulischen und informellen Lernen wie bspw. dem Erwerb von sozialen Kompetenzen sowie der Internalisierung von Sach- und Fachkompetenzen (Harring et al., 2010, S. 9). Krämer (2013, S. 184) ergänzt in Bezug auf Peer-Groups die Funktionen mit der Vermittlung zwischen zugeschriebenen Fähigkeiten von Jugendlichen, der sozialen Herkunft sowie den kulturellen Aktivitäten. Peer-Groups differenzieren sich nach diesen Kriterien und halten die Differenzierung durch interne Angleichung aufrecht, was sich auch auf die Strukturierung der Laufbahnen auswirkt. Des Weiteren stellen Peer-Groups auch Rückzugsräume dar, sind oft geschlechtshomogen sowie stilhomogen und setzen eigene Normalitätserwartungen.

Weiter bieten Peer-Groups die Möglichkeit zum Abgleich von Lebensentwürfen, präsentieren Vorbilder sowie auch Leitbilder und stellen diese zur Diskussion (Nierobisch, 2016, S. 20).

Sowohl bei Harring et al. (2010) als auch Krämer (2013) werden Aspekte der Anerkennung nicht explizit erwähnt. Demgegenüber stellen Peer-Groups nach Honer (2011 zit. in Nierobisch, 2016, S. 2) für Jugendliche Räume der Anerkennung und Selbsterfahrung dar. Keupp (2005 zit. in Nierobisch, 2016, S. 3) stellt klar, dass Kontexte der Anerkennung sowie auch die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft, welche das Individuum trägt, unerlässlich sind für eine gelingende Identitätsarbeit.

Denn Identität umfasst zwei Seiten, nämlich eine personale Seite und eine soziale Seite. Die personale Identität umfasst Aspekte, welche sich ausschliesslich auf das „Ich“ beziehen. Dazu gehören die subjektiv wahrgenommene Sich-Selbstgleichheit sowie die Kontinuität der eigenen Person in der Zeit. Soziale Identität oder auch kollektive Identität wird aus Mitgliedschaften in sozialen Gruppen gewonnen, in denen versucht wird, die oben bereits erwähnte Zugehörigkeit zu erreichen, um ein positives Selbstbild zu erhalten (Nierobisch, 2016, S. 17). Tajfel und Turner (1986 zit. in Nierobisch, 2016, S. 18) entwickeln drei Grundannahmen zu sozialer Identität, nämlich, dass Individuen erstens nach Erhalt oder Verbesserung ihrer sozialen Identität streben. Zweitens, dass eine positive soziale Identität im Vergleich mit anderen Gruppen entsteht, in denen das Individuum nicht Mitglied ist. Der Vergleich führt zur Stärkung der eigenen Identität, indem sich die eigene Gruppe positiv von der anderen Gruppe unterscheidet. Drittens entwickelten sie die Grundannahme, dass Individuen bei einer Negativbewertung eines Vergleichs mit einer anderen Gruppe die eigene Gruppe verlassen, eine andere suchen oder ihre eigene aufzuwerten versuchen. Zusammenfassend sind u.a. folgende Prozesse in der Adoleszenz für diese Arbeit relevant: die Akzeptanz des eigenen Körpers und dessen Entwicklung, der Aufbau eines Wertesystems, das Erlernen eines Umganges mit Uneindeutigkeiten, Unsicherheiten und Widersprüchen (Ferchoff, 2011 zit. in Nierobisch, 2016, S. 20).

Identitätsarbeit bzw. Identitätsentwicklung umfasst zwangsläufig die Interaktionen mit anderen Individuen und deren Resonanz bzw. Anerkennung (Nierobisch, 2016, S. 18). Honneth (1990, S. 672 zit. in Nierobisch, 2016, S. 18) beschreibt diese Abhängigkeit so, dass es Subjekten nicht möglich ist, ohne die normative Zustimmung anderer Personen Selbstbewusstsein oder eine Ich-Identität entwickeln zu können.

Somit findet Identitätsbildung nicht nur in Familien und Bildungseinrichtungen statt, sondern bei Jugendlichen auch zentral in der Auseinandersetzung mit Peer-Groups (Nierobisch, 2016, S. 13-18). Verallgemeinert haben soziale Netzwerke auf fünf Ebenen eine wichtige Bedeutung für die Entwicklung der Identität (Keupp et al., 2008, S. 167 zit. in Nierobisch, 2016, S. 38). Als erstes dient der oder die signifikant Andere als Korrektiv oder als Modell für eigene Identitätsentwürfe. Zweitens kann die eigene Identität in sozialen Netzwerken narrativ präsentiert bzw. ausprobiert werden und Bestätigung eingeholt werden. Drittens wird durch die vorher genannte Narration ein Verweis auf den Handlungsbezug der Akteure und Akteurinnen gegeben. Viertens ist die Identitätsarbeit aufgrund dessen, dass soziale Netzwerke Orte sozialer Anerkennung und Unterstützung sind auf soziale Netzwerke angewiesen. Fünftens und Letztens werden soziale Netzwerke durch Identitätsarbeit der einzelnen Mitglieder auch mitgestaltet (Keupp et al., 2008, S. 167 zit. in Nierobisch, 2016, S. 38).

Aus den obigen Ausführungen kann wiederum abgeleitet werden, dass auch gesellschaftliche Entwicklungen einen wesentlichen Einfluss auf die Identitätsbildung haben. Risikogesellschaft, Konsumgesellschaft, Individualisierung, Auflösung von Gewissheiten wie Normalbiografien können beispielhaft zur Beschreibung der aktuellen Gesellschaftsentwicklungen genannt werden. Auf die Lebensplanung und Lebensgestaltung bezogen steht nur jede Einzelne und jeder Einzelne im Zentrum und hat die Möglichkeit oder den Zwang das Leben selbst zu gestalten. Gleichzeitig müssen auch sich widersprechende Rollenanforderungen gehandhabt werden können. Dabei wird eine Passung von personaler und sozialer Identität angestrebt, um gesellschaftliche Handlungsfähigkeit zu erlangen. (Nierobisch, 2016, S. 25)

Traditionelle Ansätze der Identitätsbildung beruhen auf einem stufenförmigen Prozess wie beispielsweise das Stufenmodell von Erikson (1973, S. 87 zit. in Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 29-30) während aktuelle Ansätze einen kontinuierlichen Verlauf der Persönlichkeitsbildung betonen. Durch die schnell verlaufenden gesellschaftlichen Veränderungen und Fragmentierungen biographischer Lebensverläufe wird die Identitätsbildung in aktuellen Ansätzen als kontinuierlicher Passungsprozess zwischen gesellschaftlichen Voraussetzungen und individuellen Möglichkeiten gesehen (Nierobisch, 2016, S. 18-19).

### 3.2.3 Sozialer Vergleich in Peer-Groups und Medien

Wie bereits erwähnt findet die Entwicklung der eigenen Identität vor allem in Auseinandersetzung oder Interaktion mit der Umwelt statt (Peter, 2016, S. 24). Um die eigenen Fähigkeiten und die eigene Person zu bewerten, vergleichen sich Personen mit anderen aussenstehenden Personen (Raab et al., 2010, S. 30). Diese Annahmen beruhen auf der Theorie sozialer Vergleiche von Festinger (1954). Als Vergleichsmassstab werden Personen gewählt, welche in einer gewissen Dimension, bspw. Alter, Berufsgruppe, Geschlecht etc. Ähnlichkeiten aufweisen und deshalb als relevant erscheinen. Je mehr Ähnlichkeiten zwischen den Personen bestehen, desto eher wird die Person als Vergleichsmassstab gewählt. Ob die Selbstbeurteilung durch den Vergleich positiv oder negativ ausfällt, hängt davon ab, ob die Vergleichsperson überboten werden konnte oder nicht. Soziale Vergleiche finden auch häufig mit Personen statt, welchen man oft begegnet wie in sozialen Gruppen oder Peer-Groups oder über soziale Medien abrufen (Raab et al., 2010, S. 30-31). Nach Buunk (1999 zit. in Peter, 2016, S. 31) gibt es drei verschiedene Motive für soziale Vergleiche, nämlich das Bedürfnis nach Selbstbewertung, das Bedürfnis nach Selbstverbesserung oder das Bedürfnis nach Selbstwertdienlichkeit. Diese drei Bedürfnisse könnte man nach Peter (2016, S. 32) auch als Bedürfnis nach Identitätsarbeit beschreiben, wobei sie jedoch betont, dass soziale Vergleiche nicht zwangsläufig auf diese Motive zurückzuführen sind. Des Weiteren ist es wichtig zu beachten, dass soziale Vergleiche sowohl bewusst als auch unbewusst ablaufen können.

Soziale Vergleiche können dazu führen, dass sich das Ideal-Selbst verändert und unrealistische Standards verfolgt und als Ideal angesehen werden. Diese Gefahr besteht vor allem im Vergleich mit Personen in den sozialen Medien. Jedoch können durch Vergleiche auch Informationen eingeholt werden, wie die Erreichung eines Ideal-Selbst möglich gemacht werden kann, was dem Bedürfnis der Selbstverbesserung zugeordnet wird (Peter, 2016, S. 35-38). Die Selbstwertdienlichkeit zielt darauf ab, dass der eigene Selbstwert durch einen Vergleich geschützt werden kann. Im Vergleich zur Selbstwertverbesserung und Selbstbewertung geht es bei der Selbstwertdienlichkeit jedoch meist nicht darum valide Informationen über sich selbst zu erhalten, sondern sich besser zu fühlen. Meist werden daher auch eher Vergleiche gegen unten durchgeführt, so dass positive Ergebnisse garantiert sind (Peter, 2016, S. 36).

Wichtig zu beachten ist, dass es sich erst um einen sozialen Vergleich handelt, wenn die Vergleichsperson oder -gruppe mit sich selbst in Beziehung gesetzt wird und die Differenzen bewertet werden (Peter, 2016, S. 40).

Die Folgen von Vergleichen können unterschiedlich ausfallen, nämlich einerseits kognitiv, affektiv oder konativ. Kognitive Folgen beziehen sich auf das Selbstkonzept, affektive Folgen wirken sich auf den Selbstwert aus und konative Folgen letztlich auf die Handlungen einer Person (Peter, 2016, S. 41-43).

## 4 Soziale Medien und Schönheitsideale sowie deren Zusammenspiel

In diesem Kapitel stehen die sozialen Medien im Fokus der Betrachtung, wobei im Verlauf des Kapitels der Zusammenhang zur Verbreitung von körperbezogenen Schönheitsidealen gemacht wird. In einem ersten Schritt wird erklärt, was Soziale Medien sind, welche Funktionen sie haben und es wird ein kurzer Überblick über die Nutzungszahlen in der Schweiz und ihren Nachbarnsländern gegeben. Im Kapitel 4.1.1 wird eine Übersicht über Medienkompetenzen gegeben, welche bei der Nutzung von sozialen Medien wichtig sind. Danach wird in 4.2 ein erster Zusammenhang zum menschlichen Körper aufgezeigt, nämlich die Bedeutung des Körpers im Zeitalter der sozialen Medien. Im nächsten Kapitel 4.3 wird auf den Begriff „Schönheitsideal“ eingegangen und für den weiteren Verlauf der Arbeit eine Eingrenzung und Begriffsdefinition vorgenommen. Kapitel 4.3.1 befasst sich mit dem Körperbild von Jugendlichen, bevor in Kapitel 4.3.2 aktuelle Schönheitsideale aufgezeigt und beschrieben werden. Ziel dieses Kapitels ist es zu klären, welche Bedeutung die sozialen Medien und der Körper heutzutage in unserer Gesellschaft hat und wie die beiden Sachverhalte miteinander in Verbindung stehen.

### 4.1 Soziale Medien, aktuelle Nutzungszahlen und Medienkompetenzen

In der Arbeit wird sowohl der Begriff Medien als auch der Begriff soziale Medien verwendet. Der Begriff Medien wird verwendet, wenn nebst den sozialen Medien auch andere Medienformate betroffen sind. Der Begriff soziale Medien wird verwendet, wenn sich die Thematik spezifisch auf die sozialen Medien bezieht.

Der Begriff Social Media oder Soziale Medien umfasst verschiedenste digitale Medien und Technologien, die es den Nutzer und Nutzerinnen möglich machen, sich auszutauschen und mediale Inhalte in der Gruppe oder einzeln zu gestalten. Es besteht sowohl die Möglichkeit zu Informations-, Meinungs-, Eindrucks- und Erfahrungsaustausch als auch die Möglichkeit zur Mitwirkung an der Gestaltung von Inhalten (NEON-Plenum, 2013 zit. in Scheffler, 2014, S. 13).

Eine wesentliche Gemeinsamkeit sozialer Medien ist, dass sie den Nutzer und Nutzerinnen ermöglichen, Informationen aller Art anderen Personen zugänglich zu machen. Des Weiteren werden soziale Medien dazu genutzt, bestehende Beziehungen zu pflegen und neue Beziehungen zu knüpfen. Eine wichtige gemeinsame Zielsetzung der sozialen Medien ist der kommunikative Austausch und die soziale Interaktion. Im Zusammenhang mit sozialen Medien ist auch der Begriff **Web 2.0** wichtig zu erwähnen. Das Web 2.0 wird vor allem über seine

vereinfachte Bedienbarkeit, durch welche keine speziellen technischen Fertigkeiten notwendig sind, sowie durch die daraus folgende Stärkung der individuellen Partizipationsmöglichkeiten an (teil-)öffentlichen Diskursen definiert. Grundsätzlich steht der Begriff für eine grundlegende Veränderung des World Wide Webs, welche ab den 2000-er Jahren stattgefunden hat. Zum Web 2.0 zählen Anwendungen wie beispielsweise Facebook, Twitter, Instagram und viele Weitere (Taddicken & Schmidt, 2017, S. 3-8).

Eine wichtige Eigenschaft der sozialen Medien ist die Auflösung der Trennung von Wissensproduzenten und Wissenskonsumenten. Alltagswissen kann in den sozialen Medien grundsätzlich von jeder Person öffentlich gemacht werden und hat durch den partizipativen Charakter der sozialen Medien einen enormen Einfluss auf die nutzenden Menschen (Klapp & Klotter, 2019, S. 1).

In der vorliegenden Arbeit werden die sozialen Medien im Zusammenhang mit Jugendlichen fokussiert. Laut dem Institut für Jugendkulturforschung (2017, S. 5) ist die Plattform Instagram nebst Youtube und Facebook bei Jugendlichen sehr populär.

In der Schweiz nutzten im Januar 2020 36% der Bevölkerung ab 13 Jahren die Plattform „Instagram“. In den Nachbarnländern sind die Zahlen ähnlich, nämlich in Deutschland 29%, in Österreich 31%, in Italien 37% und in Frankreich 33% (Statista, 2020, Grafik).

Zum Alter der Instagram-Nutzer veröffentlicht Statista (2020) eine Grafik, welche zeigt, dass weltweit ca. 57 Millionen Nutzer zwischen 13 und 17 Jahren alt sind, 274 Millionen zwischen 18 und 24 Jahre alt sind und ca. 325 Millionen Nutzer zwischen 25-34 Jahren alt sind. Auch eine Vielzahl am älteren Menschen nutzen „Instagram“, jedoch sind diese Zahlen für die Arbeit nicht relevant. Die Zahlen zeigen bereits, dass ein Grossteil der jungen Bevölkerung sich auf mindestens einer Plattform der sozialen Medien bewegt und Inhalte gestaltet bzw. konsumiert. Im nächsten Kapitel wird auf die Kompetenzen eingegangen, die sich Jugendliche durch die Nutzung sozialer Medien aneignen müssen oder sollten.

#### 4.1.1 Medienkompetenzen

Da der Alltag immer stärker von sozialen Medien beeinflusst und mitgestaltet wird, scheint ein kompetenter Umgang mit sozialen Medien unabdingbar. Dieser kompetente Umgang mit Medien kann unter dem Begriff Medienkompetenzen gesammelt werden. Jedoch hat nicht jeder die gleiche Möglichkeit sich Medienkompetenzen anzueignen, da die Aneignung je nach Alter, Bildung, Entwicklungsstand, Erfahrungen mit Medien und sozio-kulturellem Umfeld unterschiedlich ist (Wagner, 2017, S. 252). Schorb und Wagner (2013, S.21 zit. in Wagner, 2017, S. 255) definieren den Begriff Medienkompetenzen als:



Fähigkeiten, um auf der Basis strukturierten zusammenschauenden Wissens und einer ethisch fundierten Bewertung der medialen Erscheinungsformen sich Medien anzueignen, mit ihnen kritisch, genussvoll und reflexiv umzugehen und sie nach eigenen inhaltlichen und ästhetischen Vorstellungen zu gestalten, in sozialer Verantwortung sowie in kreativem und kollektivem Handeln.

Dieses Zitat umfasst drei wichtige Aspekte der Medienkompetenzen, nämlich die Orientierung im Medienhandeln, die Selbstbestimmung und das Potenzial von sozialen Medien zur Förderung der Partizipation (Wagner, 2017, S. 255).

Kinder und Jugendliche eignen sich Medienkompetenzen im Laufe der gesamten Sozialisation an, wobei die Aneignungsprozesse auch im Erwachsenenalter relevant bleiben (Wagner, 2017, S. 255). Medienkompetenzen umfassen nach Tulodeziecki (2011, zit. in Wagner, 2017, S. 259) keinen expliziten Katalog an Fähigkeiten, sondern Kenntnisse, Fähigkeiten und Bereitschaften in den drei Dimensionen Wissen, Bewerten und Handeln.

Die Dimension **Wissen** umfasst einerseits Funktions- und andererseits Strukturwissen. Funktionswissen meint instrumentelle Fähigkeiten zum Umgang und der Bedienung mit und von Medien, wie beispielsweise Wissen über das Erstellen und Einstellen bzw. Verwalten von Profilen. Funktionswissen macht die Bedienung von Medien möglich sowie auch deren ästhetische Gestaltung. Strukturwissen hingegen meint das Wissen über die Netzwerkstrukturen hinter den sozialen Medien, d.h. die Gesamtheit an Hintergrundprozessen wie Eigentümer, politisch-ökonomische Interessen, Beschaffenheit der Medien und weitere Punkte (Wagner, 2017, S. 259-260).

Die Dimension **Bewerten** meint die Fähigkeit mediale Angebote, Strukturen und Techniken sowie auch die dahinterliegenden Interessen zu erkennen und kritisch zu hinterfragen. Dazu gehört auch das Wissen oder Erkennen von Personalisierungsalgorithmen, welche bestimmen, welche Inhalte der sozialen Medien welchem Nutzer angezeigt werden. Kommerzielle Strukturen sowie auch sozioökonomische Interessen sollen reflektiert bzw. bewusstwerden (Demmler & Rösch, 2014, S. 199). Ein weiteres Teilstück der Dimension Bewerten ist die ethisch-kritische Reflexion. Diese Reflexion hat zum Ziel, dass die Jugendlichen Inhalte ethisch bewerten können, sich an der Gestaltung von medialen Inhalten beteiligen können und die Folgen von medialen Inhalten für ihre Lebenswelt erkennen (Wagner, 2017, S. 260).

Die dritte Dimension des **Handelns** ist eine Zusammenführung der Dimension Wissen und Bewerten, welche sich auf das Tun des Subjekts übertragen. Das Resultat ist nach Wagner (2017, S. 260) folgendes Verhalten: „Sie verarbeiten reflektiert mediale Inhalte und Präsentationen, kommunizieren medienvermittelt, gestalten und veröffentlichen selbstbestimmt eigene Inhalte und Werke, und können zudem an medial vermittelten Diskursen partizipieren“. Demmler und Rösch (2014) fassen dies als: „kreativer und kommunikativer Selbsta Ausdruck“ (S. 200) zusammen

Als Vergleich zu diesen drei Dimensionen werden die Dimensionen **Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung** von Baacke (1996, S. 7 zit. in Moser, 2010, S. 242) gegenübergestellt und erklärt. Medienkritik meint die Fähigkeit, Medien analytisch, ethisch und reflexiv zu hinterfragen. Bei Wagner (2017, S. 260) wird dieser kritische Aspekt in die Dimension Bewerten integriert. Medienkunde nach Baacke (1996) kann wiederum mit der Dimension Wissen nach Wagner (2018) gleichgesetzt werden. Denn Medienkunde umfasst Wissen über das Mediensystem sowie auch die Fähigkeit der Bedienung. Mediennutzung meint sowohl den Gebrauch von Medien sowie auch das Anbieten von Medien und Mediengestaltung die innovativen und kreativen Aktivitäten in den Medien (Moser, 2010, S. 242). Die Mediennutzung und -gestaltung kann wiederum mit der Dimension Handeln nach Wagner (2017) verglichen werden, wobei Baacke (1996) zwischen kreativen Aktivitäten und reiner Nutzung oder Angebot unterscheidet.

Diese Aufspaltungen der Medienkompetenzen in Dimensionen sind jedoch nur zwei Möglichkeiten von Vielen. Auf der Tabelle 2 sind weitere Unterscheidungen von Medienkompetenzdimensionen abgebildet. Teilweise ergänzen sie sich gegenseitig oder bringen weitere Dimensionen mit ein (Süss, Lampert & Wijnen, 2010, S. 109).

Tab. 1: Unterscheidungsmöglichkeiten der Dimensionen der Medienkompetenzen

Aufenanger (1997)	Baacke (1998)	Tulodziecki (1998)	Kübler (1999)	Groeben (2002)
Kognitive Dimensionen	Medienkunde	Medienangebote sinnvoll auswählen und zu nutzen	Kognitive Fähigkeiten	Medienwissen/ Medialitätsbewusstsein
Moralische Dimensionen	Medienkritik	Eigene Medienbeiträge zu gestalten und zu verbreiten	Analytische und evaluative Fähigkeiten	Medienspezifische Rezeptionsmuster
Soziale Dimensionen	Mediennutzung	Mediengestaltungen zu verstehen und zu bewerten	Sozial reflexive Fähigkeiten	Medienbezogene Genussfähigkeit
Affektive Dimensionen	Mediengestaltung	Medieneinflüsse zu erkennen und aufzuarbeiten	Handlungsorientierte Fähigkeiten	Medienbezogene Kritikfähigkeit
Ästhetische Dimensionen		Bedingungen der Medienproduktion und -verbreitung analysierend zu erfassen		Selektion/ Kombination von Mediennutzung
Handlungsdimension				Partizipationsmuster
				Anschlusskommunikation

Anmerkung: Süss et al. (2010)

Die Aneignung dieser Kompetenzen geschieht einerseits während der alltäglichen Mediennutzung der Jugendlichen, andererseits müssen vor allem Reflexionstätigkeiten für die Dimension des Bewertens mithilfe von Bezugspersonen angeeignet werden (Wagner, 2017, S. 260-261). Während der Jugend kommt vor allem den Peer-Groups eine wesentliche

Bedeutung als Orientierung zu (siehe Kapitel 3.2.2). Im Zusammenhang mit Medien betonen Friedrichs und Sander (2010, S. 284-285), dass die Peer-Groups in der Jugend eine weitaus wichtigere Rolle bezüglich des Nutzungsverhaltens von Medien einnehmen als das familiäre Umfeld.

Peer-Groups werden hinsichtlich sozialer Medien von Jugendlichen nebst Orientierungsinstanz auch zur Generierung von Wissen, zum Austausch oder zur Weitergabe bzw. Gewinn von Expertisen genutzt. Weiter ist die Nutzung von Medien auch durch das Streben nach sozialer Einbettung der Jugendlichen in Peer-Groups mitbestimmt, da soziale Medien geeignete Kommunikations- und Interaktionsstrukturen dafür bieten (Wagner, 2017, S. 255-262).

## 4.2 Die Bedeutung des Körpers im Zeitalter der sozialen Medien

Seit den 1970er Jahren hat sich aus der Soziologie eine Teildisziplin, welche sich mit dem Körper befasst, herausgebildet. Die Soziologie des Körpers setzt sich mit den folgenden Leitfragen auseinander:

- Welche Rolle spielt der Körper für personale und kollektive Identitäten?
- Welcher Wert hat der Körper im Bezug zu Handlungen und Interaktionen sowie für die Stabilisierung der sozialen Ordnung?
- Welcher Status kommt dem Körper in der heutigen Gesellschaft zu (Klein, 2010, S. 458)?

Für die vorliegende Bachelorarbeit sind vor allem die erste und die dritte leitende Fragestellung relevant. In den nächsten Abschnitten wird auf diese Fragestellungen aus Sicht der Soziologie des Körpers eingegangen mit Bezug auf körperbezogene Schönheitsideale.

Der Körper und seine Inszenierung kann und wird in der aktuellen Gesellschaft als Teil der Identität beliebig geformt über die Physis, Mimik, Gestik, Bekleidung und Bewegung (Klein, 2010, S. 460). Die Verbindung von Körper, Leib und kulturellem Selbst-Ausdruck werden über den Prozess der Identifizierung über psychoanalytische Theorien genauer beschrieben. In der ersten Phase der Identifizierung ist ein Kind in erster Linie auf seine Bezugsperson fokussiert, während in der zweiten Phase weitere Identifizierungen hinzukommen zur ersten oder die erste verdrängen. Identifizierungen vollziehen sich immer einerseits über eine Gefühlsbildung an die jeweiligen Personen oder Objekte und über den Drang zur Nachahmung subjektiv bewundernswerter Verhaltensweise oder Einstellungen der anderen Personen. Mertons (1992) definiert, dass sich Identifizierungsprozesse auf drei Ebenen abspielen:

- Körperempfindungen und psychosexuelle Erfahrungen,
- Interaktionen und Identifikationen mit Bezugspersonen,

- Erlernen von Normen, sozialen Rollen und Körperschemata sowie Identifizierungen in Form von Selbstkategorisierungsprozessen (Liebsch, 2017, S. 40-42).

„Kosmetische Eingriffe sind einschlägige Belege für den Wunsch nach einer gesellschaftlich umgreifenden ‚Verschönerung‘ des Körpers, die ihre Vorbilder in Medienstars haben und mittlerweile massenkompatibel geworden sind“ (Klein, 2010, S. 460).

Der Körper hat sich in der Spätmoderne zur Visitenkarte des Subjekts entwickelt, indem er sowohl Produkt, Instrument und Produzent von Selbst-Inszenierungen geworden ist. Der Körper ist einerseits Repräsentant eines sozialen Status, andererseits wird er ästhetisiert. Ästhetisierung meint, dass in der Gesellschaft ein Bild über den sozial „legitimen“ Körper existiert und die Arbeit dafür zum alltäglichen Geschäft wird. Dieser „legitime“ Körper wird über Körpermodelle der höheren Gesellschaftsklassen geprägt. Die Anforderungen an den Körper haben sich ebenfalls entwickelt. Dies zeigt sich beispielsweise an der in den 1970-er Jahren entstandenen Fitnessbewegung, welche Teil des Paradigmenwechsels von Arbeitskörpern zu Fitnesskörpern ist. Die Mediengesellschaft bringt neue Anforderungen an den Körper mit sich, nämlich eine gepflegte und gestylte Physis, welche hauptsächlich zur öffentlichen Inszenierung und sozialen Positionierung eines Subjekts dienen. Als Vorbild dienen unter anderem manipulierte, sportive und inszenierte Körper, welche von Models oder in Bereichen wie Sport und Medien gezeigt werden (Klein, 2010, S. 458-460).

### 4.3 Der Begriff Schönheitsideal

Der Begriff Schönheitsideal setzt sich aus den Wörtern „Schönheit“ und „Ideal“ zusammen. Schönheit ist ein Synonym für das Schöne und bezieht sich auf Aussehen einer Person, welches anziehend, reizvoll, wohlgefällig oder bewundernswert empfunden wird sowie auch auf die Art eines Menschen, welche angenehm oder wohltuend ist. („schön“, o.D., Abschn. 1-2). Der Begriff kommt ursprünglich aus dem althochdeutsch und bedeutet „ansehnlich“ oder „was gesehen wird“ („Schöne“, o.D., Abschnitt 1). Nach Harth (2017, S. 950) sind die vier Hauptmerkmale äusserer Schönheit der Geruch, die Stimme, der Gang und das Aussehen. Jedoch liegt der Fokus aktuell stark auf der visuellen Ästhetik, also dem Aussehen und dort wiederum auf den Regionen Gesicht, Brust und Po.

Ideal meint eine Idee, deren Verwirklichung man anstrebt („Ideal“, o.D., Abschnitt 2). Des Weiteren ist ein Ideal (Posch, 2009; Mühlen-Achs, 2003, S. 73 zit. in Goldmann & Herbst, 2019, S. 3;) „etwas schwer Erreichbares, Vollkommenes, Herausragendes; quasi ein Musterbild oder eine Vorstellung, deren Reiz genau in dieser Exklusivität besteht“ (S. 24-25; S. 73). Ein Schönheitsideal meint dementsprechend ein Aussehen oder eine Art, welche anziehend, bewundernswert oder reizvoll wirkt und deren Verwirklichung angestrebt wird. Dies beinhaltet

grundsätzlich mehr als nur äusserliche Faktoren, weshalb in der vorliegenden Arbeit der Begriff **körperbezogene Schönheitsideale** bevorzugt wird, welches auch den aktuellen Fokus auf die visuelle Ästhetik berücksichtigt (Kapitel 2.1.1). Der Begriff „körperbezogen“ deutet bereits an, dass ausschliesslich Ideale, welche sich auf die Formung und das Aussehen des Körpers beziehen, berücksichtigt und somit vorhandene Charaktereigenschaften, Stimme, Geruch etc. vernachlässigt werden. Schönheitsideale allgemein und somit auch körperbezogene Schönheitsideale sind sowohl kulturell verschieden als auch zeitlich wandelbar. Dies zeigt sich beispielsweise daran, dass in früheren Generationen füllige Körper als Ideal galten, während sich in den letzten Jahrzehnten ein Schlankheitsideal durchgesetzt hat (Pauli, 2017, S. 22). Die jeweiligen aktuellen Schönheitsideale sind stark von den Normen, welche in einer Gesellschaft gelten, abhängig, wodurch die kulturellen und zeitgeschichtliche Unterschiede erklärt werden können (Höfel, 2015, S.23). Diese Überlegungen lehnen sich an ein soziales Modell der Schönheit an, in welchem Schönheit als soziales Konstrukt gesehen wird. Schön ist etwas, da es einem sozial-geteilten Geschmack entspricht (Schmidt & Zirfas, 2020, S. 104). Die vorliegende Arbeit orientiert sich an diesem sozialen Modell der Schönheit.

#### 4.3.1 Der subjektive Wirkort von Schönheitsidealen

Aus der Subjektperspektive wirken die körperbezogenen Schönheitsideale sich auf das **Körperbild** von Jugendlichen aus. Das Körperbild oder „body image“ wird je nach Disziplin unterschiedlich definiert (Stronski, 2018, S. 26). Grundsätzlich meint das Körperbild die subjektive Einstellung einer Person gegenüber ihrem Körper unabhängig von objektiven Merkmalen (Widmer Howald, Schär Gmelch & Peterseit, 2018, S. 765-766). In dieser Arbeit wird die detaillierte Definition nach Ricciardelli und Yager (2016, zit. in Stronski, 2018, S. 26) verwendet, welche das Körperbild über vier Aspekte definiert:

- die Wahrnehmung, wie sehen Jugendliche ihren Körper,
- die Emotion, wie fühlen sich die Jugendlichen in ihrem Körper,
- die Kognition, wie denken Jugendliche über ihren Körper und
- das Verhalten, wie gehen Jugendliche mit ihrem Körper um.

Ein positives Körperbild wiederum wird über folgende Merkmale definiert:

- die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper, welche zu einem positiven Selbstwertgefühl führt,
- Die Ablehnung von unrealistischen Körperidealen, was das Standhalten gegenüber dem Druck zur Konformität, ausgelöst durch Gleichaltrige oder Medien fordert und
- Eine gesunde Grundhaltung sowie ein gesundes Verhalten gegenüber dem eigenen Körper (Ricciardelli & Yager, 2016 zit. in. Stronski, 2018, S. 26).



Abb. 2: Faktoren zur Stärkung des Körperbilds bei Jugendlichen  
Anmerkung: Widmer Howald, 2017 zit. in Widmer Howald et al., 2018, S. 766

Eine Unzufriedenheit oder ein negatives Körperbild bezieht sich meist auf Masse, Gewicht, Form oder einzelne Körperteile und ist Folge einer wahrgenommenen Diskrepanz zwischen akzeptierten Körperidealen und dem subjektiven Körperbild. Als protektive Faktoren zur Entwicklung eines positiven Körperbilds werden von Jugendlichen selbst körperliche Aktivität, Akzeptanz durch Gleichaltrige und Familie sowie gute soziale Beziehungen erwähnt (Stronski, 2018, S. 26-28). Ergänzend zeigt die Abbildung 2 von Widmer Howald et al. (2018, S. 766) Faktoren zur Stärkung eines positiven Körperbilds auf. Darin werden sowohl die oben von den Jugendlichen erwähnten Faktoren ebenfalls gezeigt, sowie auch weitere hinzugefügt und vervollständigt.

Sichtbar wird vor allem, dass sich das Körperbild immer reziprok zwischen Individuum und Umfeld entwickelt (Widmer Howald et al., 2018, S. 766). Im Zusammenhang mit der Identitätsbildung bei Jugendlichen gilt es zu beachten, dass das Körperbild ein Teil der Identität ist, der das Verhältnis zum eigenen Körper umfasst. Somit wirkt sich ein negatives Körperbild auch auf die Identitätsbildung aus (Daszkowski, 2003, S. 9).

#### 4.3.2 Aktuelle körperbezogene Schönheitsideale

Die vorliegende Arbeit begrenzt sich auf aktuelle Schönheitsideale in der Schweiz und ihren Nachbarn, vor allem Deutschland. Grundsätzlich kann jedoch davon ausgegangen werden, dass auch Schönheitsideale in anderen Ländern eine ähnliche Wirkung auf Jugendliche haben, auch wenn sich die Ideale von den hiesigen Idealen unterscheiden.

Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die aktuellen körperbezogenen Schönheitsideale sowie deren Wirkung und die daraus abgeleiteten Handlungsaufforderungen, wenn möglich geschlechtsspezifisch bearbeitet, um möglichst differenzierte Informationen zu generieren.

Da es nur wenige Untersuchungen gibt, welche einen allgemeinen Überblick über die in den Medien dargestellten körperlichen Schönheitsideale gibt, werden in den folgenden Abschnitten die Ergebnisse aus unterschiedlichen Texten zu einem Gesamteindruck zusammengefügt. Zusätzlich werden diese mit allgemein gesellschaftlich vertretenen körperbezogenen Schönheitsidealen ergänzt, da die Schönheitsideale in den sozialen Medien von den allgemeinen gesellschaftlichen Schönheitsidealen abhängen. Zudem wird von Frau und Mann geschrieben. Dies impliziert kein zweigeschlechtliches Menschenbild, sondern soll die Orientierung widerspiegeln, welcher Jugendliche während der Identitätsbildung in unserer Gesellschaft ausgesetzt sind.

### **geschlechtsunabhängig**

Bei beiden Geschlechtern ist aktuell eine Tendenz zu Fitness und Körperdefinition zu erkennen. Hashtags wie bspw. #fitspo oder #fitness beinhalten auf Instagram mehrere Hundertmillionen Beiträge (Jugend und Medien, o.D., Abschnitt 9). Mit Blick auf die Medienplattform „Instagram“ wurden 10'000 Beiträge zum Thema Fitness ausgewertet. Die Ergebnisse zeigten, dass ein Kernelement der Beiträge die Animationen anderer Menschen zu einem gesünderen Lebensstil ist (Klapp & Klotter, 2019, S. 369).

### **Frauen**

Während vor dem 17. Jahrhundert korpulente Körper mit starken Hüften und grossen Brüsten als Idealbild gesehen wurde, tendiert das aktuelle Ideal in eine entgegengesetzte Richtung. In grossen Teilen der westlichen Welt hat sich ein schlankes Körperideal durchgesetzt. Aus Studien konnte entnommen werden, dass sich das Ideal in Richtung von zunehmender Körpergrösse, schmaler werdenden Hüft-, Brust- und Taillenumfang und einem Absinken des Körpergewichts bewegt. Nach wie vor existieren auch die Idealmasse von 90-60-90, obwohl diese für die wenigsten Frauen erreichbar sind (Kasten & Kochesfahani, 2018, S. 30-34).

Eine Studie der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften [ZHAW] im Auftrag der Gesundheitsförderung Schweiz (2017, S. 4) sagt aus, dass sich das weibliche Schönheitsideal wie oben bereits angedeutet hin zu schlank und gleichzeitig muskulös entwickelt. Beispielsweise zeigt sich in Blogs ein Trend zum Sixpack bei Frauen. Dieser Trend ist jedoch für viele Frauen erst erreichbar, wenn der Körperfettanteil unter 10% sinkt, wobei eine Frau jedoch zur Aufrechterhaltung ihres Immunsystems einen Körperfettanteil von 10-13% benötigt.

Somit kann die Verfolgung eines körperbezogenen Schönheitsideals auch klare gesundheitliche Schäden mit sich bringen.

Der Vergleich des eigenen Körper mit idealtypischen Körper in den sozialen Medien haben auf Mädchen einen negativeren Einfluss als auf gleichaltrige Jungen. Dies hat unterschiedliche Ursachen, wobei sich eine auf die körperliche Entwicklung zurückführen lässt. Bei Mädchen steigt der Anteil an Fettgewebe während der Pubertät von einem Sechstel des Körpergewichts auf gut einen Viertel an. Diese natürliche Entwicklung steht im Kontrast zu dem u.a. über die sozialen Medien vermittelten körperbezogenen Schönheitsideal (Stronski, 2018, S. 26-27).

### Männer

Das ideale Körperbild des Mannes tendiert laut Schönenberg und Martin (2020, S. 93) zu einem ausgeprägten V-förmigen Oberkörper und geringem Körperfettanteil, zusammengefasst ein muskulöser Körperbau.

Wenn auch hier die natürliche körperliche Entwicklung berücksichtigt wird, fällt auf, dass die natürliche Entwicklung parallelen zum körperlichen Schönheitsideal aufweist. Jungen weisen während der Pubertät eine Reduktion von Fettgewebe im Körper auf, nämlich von einem Sechstel auf einen Achtel des Körpergewichts. Gleichzeitig nimmt die Muskelmasse deutlich zu, was ebenfalls eine Tendenz in Richtung des Ideals darstellt. Dies verdeutlicht, dass Mädchen im Gegensatz zu Jungen vulnerabler sind für die Entwicklung eines negativen Körperbildes, da die natürliche Entwicklung bei Mädchen in der Regel eine grössere Diskrepanz zum körperlichen Schönheitsideal darstellt als bei Jungen (Stronski, 2018, S. 26-27).

Tab. 2: Prävalenz Mädchen und Jungen, die sich "zu dick fühlen"

Alters-gruppen	Geschlecht	Deutschland (%)	Österreich (%)	Schweiz (%)	HBSC-Durchschnitt (%)
11-Jährige	Mädchen	28	34	26	26
	Jungen	21	29	18	21
13-Jährige	Mädchen	47	51	37	38
	Jungen	30	36	23	23
15-Jährige	Mädchen	50	51	44	43
	Jungen	25	27	21	22

Anmerkung. World Health Organisation [WHO] (2016)

Dieser Unterschied wird auch in der Tab. 1 ersichtlich, welche aufzeigt, wieviel Mädchen bzw. Jungen in deutschsprachigen Ländern sich „zu dick fühlen“. Deutlich wird einerseits, dass mit zunehmendem Alter mehr Jugendliche beider Geschlechter ein negatives



Körperbild ausbilden. Andererseits, dass der Anteil der Mädchen, welche sich zu dick fühlen in allen untersuchten Altersgruppen signifikant höher ist.

Eine Studie der Gesundheitsförderung Schweiz (2017, S. 4) bestätigt ebenfalls deutlich, dass schlank und gleichzeitig muskulös das neue Schönheitsideal des Mannes ist. 78% der befragten jungen Männer gaben in der Studie an, dass sie weniger muskulös sind, als sie gerne wären.

Gesamthaft gilt es genderspezifisch folgendes zu beachten: „Schönheit hat für Frauen und Mädchen einen höheren Stellenwert als für Männer, und zwar hinsichtlich verschiedenster Dimensionen“ (Posch, 2009, S. 154 zit. in Liebsch, 2017, S. 44).

Dies lässt sich über Unterschiede in der Sozialisation erklären. Sowohl Männer als auch Frauen werden während der Sozialisation mit archetypischen Schönheitsbildern konfrontiert. Dies führt dazu, dass die Schönheitsbilder internalisiert werden (Liebsch, 2017, S. 44), wie in Kapitel 5.2 über das Konzept der Kultivierungsanalyse (Krause, 2018, S. 6-10) beschrieben wird. Frauen sind zudem stärker auf den Körper konzentriert als Männer, was dazu führt, dass die geltenden Ideale auch stärker verinnerlicht werden und ein stärkeres Schönheits-handeln daraus erfolgt (Degele, 2004 zit. in Liebsch, 2017, S. 44). Hinzu kommt, dass die körperbezogenen weiblichen Schönheitsideale stärker normiert und schwieriger zu realisieren sind als die Ideale für Männer (Sieverding, 1993, S. 235 zit. in Liebsch, 2017, S. 45). Auch Männer werden mit körperbezogenen Schönheitsidealen konfrontiert, jedoch steht ihnen ein breiteres Spektrum von akzeptierten Körnernormen zur Verfügung (Goldmann & Herbst, 2019, S. 5). Zusätzlich werden laut Bublitz (2012 S. 21 zit. in Goldman & Herbst, 2019, S. 4) insbesondere Frauen auf ihren Körper bzw. ihre körperliche Schönheit reduziert. Letztlich gilt jedoch für alle Geschlechter, dass der natürliche oder unbearbeitete Körper häufig nicht der Schönheitsnorm entspricht (Goldmann & Herbst, 2019, S. 4).

## 5 Die Wirkmacht von medialen körperbezogenen Schönheitsidealen auf Jugendliche

In diesem Kapitel steht die Wirkung der körperbezogenen Schönheitsideale der sozialen Medien bezüglich Jugendlichen im Fokus. In einem ersten Schritt werden einleitend einige Zusammenhänge von Medien zu körperbezogenen Schönheitsidealen aufgezeigt. Danach wird im Kapitel 5.2 das Konzept der Kultivierungsanalyse erklärt, um eine Perspektive der Wirkung von medialen körperbezogenen Schönheitsidealen aufzuzeigen. Dabei wird ein Link zu den bereits erklärten sozialen Vergleichen (Kap. 3.2.3) gemacht. Im Kapitel 5.3 steht das Thema Schönheitshandeln im Fokus. Dabei geht es darum, welche Handlungen durch die Verinnerlichung körperbezogener Schönheitsideale ausgelöst werden können. Letztlich werden in Kapitel 5.4 einige Risiken aufgezeigt, welche im Zusammenhang mit körperbezogenen Schönheitsidealen bei Jugendlichen stehen.

### 5.1 Der Zusammenhang von Medien und Schönheitsidealen bei Jugendlichen

Normen betreffend körperbezogene Schönheitsideale werden über verschiedene Kanäle verbreitet. Dazu gehören die bereits genannten Sozialisationsinstanzen wie beispielsweise Familie, Peer-Group, Schule oder Massenmedien. Bereits Kinder werden beispielsweise über Spielzeug wie Barbie-Puppen mit körperbezogenen Schönheitsidealen konfrontiert (Stronski, 2018, S. 27). Das Beispiel der Barbiepuppen verdeutlicht, wie unrealistisch diese Schönheitsideale sein können, denn eine Barbie hat im Vergleich zu den Körpermassen einer durchschnittlichen Frau einen Brustumfang von 115%, eine Taille von 80%, und eine Halslänge von 206% auf eine Grösse von 140%. Ähnlich realistisch sind auch die Masse der männlichen Spielzeugpuppe „Ken“ (Brownell & Napolitano, 1995 zit. in Stronski, 2018, S. 27). Dieses Beispiel zeigt auf, dass körperbezogene Schönheitsideale nicht nur in den sozialen Medien, sondern in verschiedensten Bereichen im Alltag existieren.

Natürlich spielen auch kognitive Faktoren wie die Tendenz zum sozialen Vergleich, die Internalisierung von Idealen und Schemata betreffend der körperlichen Erscheinung eine Rolle, wenn es um die Auswirkungen von körperbezogenen Schönheitsidealen geht. Eine umfassende Bearbeitung all dieser Bereiche würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen, weshalb die sozialen Medien fokussiert werden (Stronski, 2018, S. 27).

Medien haben einen starken Einfluss auf das Körperbild von Jugendlichen, da über Medien die gesellschaftlichen Idealbilder des Körpers dargestellt werden und an die Jugendlichen transportiert werden. Grundsätzlich ist nicht der Gebrauch der sozialen Medien an sich problematisch, sondern die darauf vorzufindenden Fotos und Darstellungen idealtypischer Körper

(Stronski, 2018, S. 27). Zusätzlich finden sich Medien und deren Einflüsse in allen Sozialisationsbereichen wieder, wie bereits in Kapitel 2.2 beschrieben. Auch Goldmann und Herbst (2019, S. 1) betonen, dass Medien sowohl bei der Konstruktion als auch bei der Verbreitung von Körpernormen und Schönheitsidealen eine entscheidende Rolle spielen.

Mit Bezug zu körperbezogenen und schönheitsbezogenen Inhalten spielen spezifisch die sozialen Medien eine entscheidende Rolle (Goldmann & Herbst, 2019, S. 6).

Der Einfluss der Medien auf das Körperbild Jugendlicher zeigt sich auch in der Studie der Gesundheitsförderung Schweiz (2017, S. 9). Werte und Bilder, welche über die Medien vermittelt werden, weisen einen grossen Zusammenhang mit dem positiven Körperbild auf. Es zeigt sich, dass Jugendliche, welche sich von dem Einfluss sozialer Medien abschirmen können, ein positiveres Körperbild haben.

Auch Fardouly et al. (2015 zit. in Kasten & Kochesfahani, 2018, S. 30-31) bestätigten nach einer Untersuchung über den Einfluss von sozialen Medien auf das Körpererleben und die Selbstwahrnehmung, dass die Selbstwahrnehmung negativer ausfiel, nachdem die Probandinnen mit Fotos von attraktiven Frauen konfrontiert wurden.

Mediale körperbezogene Schönheitsideale wirken auch deshalb, da sie durch die ständige Verfügbarkeit und die grosse Bandbreite an Vergleichspersonen (siehe Kapitel 3.2.3) eine optimale Möglichkeit zum sozialen Vergleich bieten (Schönenberger & Martin, 2020, S. 94). In einer Studie konnte zusätzlich nachgewiesen werden, dass eine erhöhte Zeit und Nutzung von sozialen Medien das Körperbild beeinflusst (Tiggemann, 2016 zit. in Schönenberger & Martin, 2020, S. 94). Demgegenüber konkretisiert Fardouly et al. (2018 zit. in Schönenberger & Martin, 2020, S. 94) bei Frauen, dass die Häufigkeit der Nutzung keinen Einfluss auf das Körperbild hat, dafür jedoch die betrachteten Inhalte bspw. Fitnessbilder.

## 5.2 Das Konzept der Kultivierungsanalyse

Das theoretische Konzept der Kultivierungsanalyse stellt Körperbilder und Körperentwürfe in den Medien sowie den Körper, die Körperzufriedenheit und das Körperselbstkonzept ins Zentrum der Betrachtung (Hoffmann, 2017, S. 170). Nach der Kultivierungsanalyse von Gerbner (1969 zit. in Krause, 2018, S. 6) kann angenommen werden, dass sich die Vorstellung von Schönheit durch über die Medien transportierte körperbezogenen Schönheitsideale oder Darstellungen von Körpern verändern kann.

Anlass für Untersuchungen in diesem Bereich sind die zu beobachtenden Schönheits-, Schlankheits- und Fitnesstrends. Im Konzept wird davon ausgegangen, dass Heranwachsende sozial-kognitive Vergleiche mit Akteuren in den Medien vornehmen und sich diese Vergleiche auf das eigene Körpererleben und Körperbewusstsein der Heranwachsenden auswirken (Hoffmann, 2017, S. 170).

Medien geben demzufolge die Wirklichkeitskonstruktionen, die maßgeblich an der Genese eines Bewusstseins im Hinblick auf eine gesellschaftlich respektive individuell akzeptierte oder anzustrebende Körperlichkeit beteiligt sind, vor und Individuen ordnen sich diesen mehrheitlich unter, orientieren sich nur daran, d. h. sind bestrebt, medienvermittelten Körperidealen (wie etwa in Modelshows, Boulevardmagazinen, Reportagen präsentiert) nachzueifern (Hoffmann, 2017, S. 170).

Das Zitat von Hoffmann (2017, S. 170) macht deutlich, welche normative Wirkungsmacht den Medien bezüglich Körper selbst und Körperpraktiken attestiert wird.

Wichtig dabei ist zu beachten, dass fiktionale Formate die Wirklichkeit nie vollkommen realitätsgetreu abbilden. Gross (1994 zit. in Krause, 2018, S. 21) schreibt zu dieser Machbarkeit: „Den Medien fällt somit eine wichtige Rolle zu, denn diese beschreiben eine Realität, die nicht mehr in Einklang mit den eigenen Alltagserfahrungen und dem eigenen Wirken gebracht werden kann“ (S. 179f).

Bei Schönheitsoperationen findet zusätzlich meist eine verzerrte Darstellung statt, bei welcher Risiken und die Normalität der Durchführung einer Schönheitsoperation nicht realistisch dargestellt werden (Krause, 2018, S. 6). Gerbner (1969 zit. in Krause, 2018, S. 6) unterteilt die Wirkung, genannt Kultivierung in zwei Prozesse, nämlich eine Kultivierung erster Ordnung und eine Kultivierung zweiter Ordnung. Von einer Kultivierung erster Ordnung wird gesprochen, wenn Konsumenten von Medienformaten interpretatorische Schemata der Darstellungen in den Medien aneignen, d.h. überzeugt sind, dass die Darstellung wahrheitsgetreu ist und sich dadurch ihre Normalitäts- und Risikoeinschätzung verändert. Die Kultivierung zweiter Ordnung schliesst diesem Prozess erster Ordnung an, überträgt sich jedoch von der kognitiven und affektiven Ebene auf die Handlungsdispositionen der Konsumierenden (Krause, 2018, S. 7-8). Kasten und Kochesfahani (2018, S. 33) weisen ebenfalls daraufhin, dass die Internalisierung von körperbezogenen Idealen sowie auch das Verspüren von gesellschaftlichem Druck, dem Idealen zu entsprechen in direktem Zusammenhang mit der Zufriedenheit mit dem eigenen Körper stehen.

Hier kann ausserdem ein Bezug zum Kapitel 2.2.3 gemacht werden. Bei sozialen Vergleichen mit körperbezogenen Schönheitsidealen in den sozialen Medien steht oft die Selbstbewertung im Vordergrund. Soziale Vergleiche mit körperbezogenen Schönheitsidealen können zur oben beschriebenen Internalisierung führen und somit dazu, dass das Ideal-Selbst verändert. Einerseits kann sich dadurch eine Diskrepanz zwischen dem Real-Selbst und dem Ideal-Selbst vergrössern oder bilden. Problematisch an diesen sozialen Vergleichen ist, dass die Vergleiche sich nicht zur Selbstbewertung eignen, da sie unrealistische Vergleichsstandards verkörpern. Dadurch kultiviert sich wie bereits erwähnt ein extremes oder unrealistisches Schönheitsideal (Peter, 2016, S. 34). Ein weiterer erwähnenswerter

Aspekt ist der der Wahrnehmung von Vergleichspersonen in den sozialen Medien. Die Informationsaufnahme von Vergleichspersonen in den sozialen Medien ist allein über die Wahrnehmungsebene möglich. Das bedeutet, dass Nachfragen, Richtigstellen oder Diskussionen im Kontext sozialer Medien nicht stattfinden (Peter, 2016, S. 50).

Kritisiert wird die kultivierungsanalytische Betrachtungsweise einerseits darin, dass Menschen ständig von verschiedensten Prägekräften beeinflusst werden und Körperpraktiken nur interpretiert und gedeutet werden können (Hoffmann, 2017, S. 170-171).

### 5.3 Schönheitshandeln

Schönheitshandeln umfasst grundsätzlich jede Bearbeitung des Körpers sowie dessen Erscheinungsbildes. Schönheitshandeln ist jedoch von Handlungen, welche der Pflege und Gesundheit des Körpers dienen, abzugrenzen. Trotzdem gibt es eine gewisse Schnittmenge der beiden Handlungen (Krause, 2018, S. 8). Als Referenzpunkt für Schönheitshandeln gilt in jedem Fall das aktuelle Schönheitsideal (Krause, 2018, S. 23).

Die Funktion von Schönheitshandeln kann einerseits das Ausdrücken der eigenen Individualität in der äusseren Erscheinung und zur Sicherung der eigenen Identität beitragen, andererseits aber auch der Aufmerksamkeitserlangung dienen. Aufmerksamkeit kann dabei sowohl durch die Annäherung an geltende Schönheitsideale erreicht werden, sowie auch durch die Abkehr von den Idealen (Krause, 2018, S. 8-9). Entscheidend ist, dass fehlende Arbeit am eigenen Körper in unserer Gesellschaft oft als individuelles Manko interpretiert wird, da den betroffenen Personen das Fehlen von Ressourcen und/oder Disziplin zugeschrieben wird. Diese Zuschreibungen wiederum lösen sozialen Druck aus, vor allem hinsichtlich dessen, dass die (fehlende) Arbeit am Körper öffentlich wahrnehmbar ist, unabhängig von den Ursachen (Krause, 2018, S. 8-10). Barlösius (2014 zit. in Krause, 2018, S. 20) schreibt dazu: „Der Einzelne ist unter Handlungsdruck seinen Körper nach seinen bzw. gesellschaftlichen Vorgaben und Normen grundsätzlich und situativ zu bearbeiten“ (S. 34)

Schönheitshandlungen können somit einerseits die (unbewusste) Motivation haben die geltenden körperbezogenen Schönheitsideale zu erreichen oder andererseits auch Gruppenzugehörigkeit zu erreichen (Krause, 2018, S. 32).

Zu beachten sind die unterschiedlichen Formen des Schönheitshandelns. Zentral können Schönheitshandlungen nach Alltag und Vergänglichkeit unterschieden werden (Krause, 2014, zit. in Krause, 2018, S. 10). Bereits Handlungen wie Zähneputzen oder die Rasur gehören zu Schönheitshandlungen. Diese finden alltäglich statt und sind vergänglich, da der Bart bspw. nach langer Zeit ohne Rasur wächst. Des Weiteren gibt es Schönheitshandlungen, welche nicht alltäglich sind und langfristig anhalten, nämlich zeichnende

Schönheitshandlungen wie Piercings oder Tätowierungen oder verändernde Schönheitshandlungen wie Schönheitsoperationen. Jedoch können nicht alle Handlungen klar einer dieser Kategorien zugeordnet werden, da beispielsweise die sportliche Aktivität gleichzeitig alltäglich und vergänglich ist, den Körper jedoch trotzdem längerfristig verändert durch bspw. Muskelwachstum (Krause, 2018, S. 10-12). Für die vorliegende Arbeit sind grundsätzlich jegliche Formen von Schönheitshandeln relevant, welche die Annäherung, an die in Kapitel 3.4 beschrieben körperlichen Schönheitsideale zum Ziel haben. Am wenigsten Relevanz haben jedoch die zeichnenden Schönheitshandlungen wie Piercings oder Tätowierungen, da diese Praktiken von den aktuellen körperlichen Schönheitsidealen abweichen.

Ein Zusammenhang zu der Praxis des sozialen Vergleichens findet sich im Bereich des Schönheitshandelns betreffend das Bedürfnis der Selbstverbesserung. Durch soziale Vergleiche können Informationen darüber generiert werden, wie ein körperbezogenes Schönheitsideal erreicht werden kann. Im Vergleich mit einer Person, welche den körperbezogenen Schönheitsidealen entspricht, kann so ermittelt werden, welche Form des Schönheitshandelns nötig ist, um dem körperbezogenen Schönheitsideal zu entsprechen (Peter, 2016, S. 35).

Auch die Sozialisation hat einen wesentlichen Einfluss auf das Schönheitshandeln. Aus der Sozialisation resultieren Werte, welche Grundlage jedes menschlichen Handelns sind. Die Werte hängen auch direkt mit persönlichen Einstellungen zusammen sowie mit der Intention und Motivation des Handelns und haben dadurch einen wesentlichen Einfluss darauf, ob und welche Form von Schönheitshandeln gewählt wird (Krause, 2018, S. 7-8).

#### **5.4 Risiken und Folgen von körperbezogenen Schönheitsidealen**

Ein grundlegendes Risiko wurde in der Arbeit bereits angedeutet, nämlich das negative Körperbild. Ein negatives Körperbild zeigt sich laut Widmer Howald et al. (2018) anhand „starke Unzufriedenheit, negative Gedanken und negative Gefühle gegenüber dem eigenen Körper“ (S. 766) sowie „starker Druck aufgrund des kulturellen Schönheitsideals, der sozialen Botschaften und der individuellen Persönlichkeitsmerkmale“ (S. 766).

Dittmar (2009 zit. in Blake, 2015, S. 1) weist daraufhin, dass Unzufriedenheiten mit dem eigenen Körper als Vorläufer unterschiedlichster mentaler Probleme nachgewiesen wurde. Zu diesen Problemen zählen u.a. eine negative Selbstwahrnehmung, geringes Selbstwertgefühl, Depressionen (Johnson & Wardle, 2005, zit. in Blake, 2015, S. 1) sowie verschiedene Formen von Essstörungen (Delinsky, 2011, zit. in Blake, 2015, S. 1). Ausserdem besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Körperunzufriedenheit und kosmetischen Eingriffen, unbalancierter Diäten sowie Missbrauch von Abführmitteln hin (Dittmar, 2009 zit. in Blake, 2015, S. 2).

Unrealistische körperbezogene Schönheitsideale führen laut Brunner und Resch (2015) häufig zu Diätversuchen, welche wiederum im Zusammenhang mit einem gestörten Körperbild zu Essstörungen führen können. Grundsätzlich ist also die Internalisierung der körperbezogenen Schönheitsideale der Auslöser für ein negatives Körperbild und daraus folgenden gewichtsreduzierenden Massnahmen. Besonders bei Jugendlichen und vor allem bei weiblichen Jugendlichen ist dieses Risiko hoch. Jedoch besteht die Gefahr einer Essstörung auch bei männlichen Jugendlichen, nur meist deutlich seltener (S. 10-11).

Ein Gewichtsverlust wird bei Mädchen laut Ricciardelli und McCabe (2001) zu 20-49% über das Auslassen von Mahlzeiten erreicht, zu 51-71% über Sport und zu 17% über Diätpillen. Bei Jungen lassen 7-8% Mahlzeiten aus, 30-40% treiben Sport und nur 5% machen Gebrauch von Diätpillen (zit. in Brunner & Resch, 2015, S. 10).

In einer Studie von Haffner et al. (2007) wurde des Weiteren festgestellt, dass nur 24% der Mädchen mit ihrem Aussehen zufrieden waren, während der Anteil der Jungen auf 45% hinauslief (zit. in Brunner & Resch, 2015, S. 11).

Die Gesundheitsförderung Schweiz (2017) untersuchte ebenfalls, welche Verhaltensweisen Jugendliche anwendeten, um ihren Körper zu verändern, d.h. welche Formen von Schönheitshandeln angewendet wurden (S. 8).

Dabei fällt auf, dass in der Deutschschweiz rund 59% der Mädchen abnehmen wollen, während dies bei den Jungen nur 29% betrifft. Dafür wollen 54% der männlichen Jugendlichen mehr Muskeln. Von den Jugendlichen, welche abnehmen wollen, versuchen Mädchen im Gegensatz zu Jungen rund 10% öfter ihr Ziel über eine Diät zu erreichen, während 8% mehr Jungen Sport als Methode wählen. Ein Gewichtsverlust über Erbrechen oder Medikamente zu erreichen wird von den Jungen nicht versucht, während dies von den Mädchen 7% bzw. 1% versucht (Gesundheitsförderung Schweiz, 2017, S. 8).

Zu erwähnen gilt es hinsichtlich des Erbrechens als Mittel zum Gewichtsverlust, dass auch Bulimie in einem engen Zusammenhang zu körperbezogenen Schönheitsidealen steht, wobei soziale Medien eine wichtige Rolle bei der Verbreitung spielen (Brunner & Resch, 2015, S. 140).

Auch Muskel- oder Fitnesssucht, fachsprachlich muscle dysmorphia ist eine Folge von starker Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und einem negativen Körperbild. Diese problematische Muskelsucht kommt häufiger bei Männern als bei Frauen vor, kann jedoch auch bei Frauen vorkommen. Bei einer Muskel- oder Fitnesssucht nehmen Gedanken über Training, Ernährung und Körperbild einen sehr grossen Platz im Alltag ein (Widmer Howald et al., 2018, S. 766).

## 6 Der Zusammenhang von Peer-Groups und medialen Schönheitsidealen

In diesem Kapitel steht der Zusammenhang zwischen Peer-Groups und medialen Schönheitsidealen im Fokus der Betrachtung. Einige Infos dazu wurden bereits in den vorherigen Kapiteln aufgefasst. In diesem Kapitel finden sich ergänzende Informationen in Kapitel 6.1 und ein theoretischer Bezugspunkt in Kapitel 6.2.

### 6.1 ein kurzer Überblick über die Schnittpunkte zwischen Peer-Groups und medialen Schönheitsidealen

Michels-Lucht, Lucht, Spitzer und Freyberger (2012) weisen darauf hin, dass in mehreren Studien ein klarer Zusammenhang zwischen negativen sozialen Rückmeldungen von wichtigen Bezugspersonen z.B. Peer-Groups und einem negativen Körperbild besteht. Zusätzlich weisen sie daraufhin, dass untergewichtige Jugendliche weniger Lästernerfahrungen erlebt haben als Personen mit Normal- oder Übergewicht (S. 480-482). Ähnliche Prozesse beschreibt auch das Institut für Jugendkulturforschung (2017). Die Anpassung an körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien hat einerseits positives Feedback der Peer-Groups zum Ziel, andererseits Aufmerksamkeit. Letztlich zeigt sich durch diese beiden Faktoren, wer in der Peer-Group anerkannt wird (Institut für Jugendkulturforschung, 2017, S. 14).

Halliwell und Harwey (2006 zit. in Brunner & Resch, 2015, S. 11) stellen fest, dass Jugendliche vor allem Druck durch die Familien, Medien und Gleichaltrige wahrnehmen und dass dieser Druck zur Internalisierung von körperbezogenen Schönheitsidealen führt. Zusätzlich führen laut Brunner und Resch (2015, S. 11) auch soziale Vergleiche (siehe Kap. 2.2.3) innerhalb der Peer-Groups einerseits zu Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und stehen wiederum im Zusammenhang mit einer Anfälligkeit für Essstörungen. Insgesamt sind Mädchen einem höheren wahrgenommenen Druck ausgesetzt und internalisieren körperbezogene Schönheitsideale stärker als Jungen. Diese geschlechtsspezifischen Unterschiede resultieren laut Brunner und Resch (2015) aus folgendem Unterschied: „Jungen möchten ebenso gut aussehen wie die attraktiven Peers, Mädchen wollen diese jedoch übertreffen“ (S. 11).

Hinzu kommt, dass die Entwicklung von Medienkompetenzen primär in Peer-Groups angeeignet werden (Friedrichs & Sander, 2010, S. 285). Im Verlauf der Arbeit wird aufgegriffen, weshalb Medienkompetenzen für die Wirkung von körperbezogenen Schönheitsidealen auf Jugendliche relevant sind.



## 6.2 Zuschreibungsprozesse auf relevante Dritte

Ein weiterer wichtiger Zusammenhang zwischen medialen körperbezogenen Schönheitsidealen und Peer-Groups zeigt Blake (2015) auf. Dabei geht es um die „vermutete Medienwirkung auf Dritte“ (Blake, 2015, S. 136). Diese Wirkung erklärt Blake über den Ansatz des Third-Person-Effekt (Davidson, 1983) des allgemeinen Forschungsgebiet Influence of Presumed Media (Gunther & Storey, 2003), wobei beide Forschungen davon ausgehen, dass Rezipienten und Rezipientinnen darüber nachdenken, wie sich Darstellungen der Medien auf andere Personen auswirken und eine Wirkung zuschreiben, da sie über die Öffentlichkeit der Darstellungen in den Medien wissen (Blake, 2015, S. 136).

Der Third-Person-Effekt erklärt über eine Wahrnehmungs- und eine Verhaltenskomponente, wie Rezipienten und Rezipientinnen davon ausgehen, dass andere Personen von Medieninhalten stärker beeinflusst werden als sie selbst (Davison, 1983, zit. in Blake, 2015, S. 137). Die Einschätzung, dass andere Personen von gewissen medialen Inhalten beeinflusst werden, nennt sich die Wahrnehmungskomponente. Aus dieser können dann Einstellungs- oder Verhaltensänderungen ergeben, was als Verhaltenskomponente beschrieben wird (Blake, 2015, S. 137).

Im Zusammenhang mit körperbezogenen Schönheitsidealen wurde nachgewiesen, dass Rezipienten und Rezipientinnen idealisierten Körperdarstellungen einen besonders starken Einfluss auf anderen Personen zuschreiben und somit davon ausgehen, dass sich die Ideale und Massstäbe der anderen Personen durch die Betrachtung von medial abgebildeten körperbezogenen Schönheitsidealen beeinflussen lassen und verändern. Zu beachten ist, dass Rezipienten und Rezipientinnen besonders bei Männern einen starken Einfluss durch mediale körperbezogene Schönheitsideale auf die eigenen Massstäbe vermuten (Chia, 2009 zit. in Blake, 2015, S. 137-138). Diese Zuschreibungen sind jedoch nicht immer gleich ausgeprägt, sondern hängen auch von der Präsentationsform medialer körperbezogenen Schönheitsideale ab, von der Persönlichkeit der Rezipienten und Rezipientinnen sowie von deren sozialem Rahmen (Blake, 2015, S. 138).

Diese zugeschriebenen Massstäbe anderer relevanter Personen, beispielsweise Peer-Groups werden relevant bei den Fragen, wie jemand nach den Ansprüchen anderer vermutlich sein sollte und wie sich andere wünschen, dass jemand ist. Dadurch, dass sich Rezipienten und Rezipientinnen mit den Massstäben anderer auseinandersetzen bzw. diese zuschreiben können Diskrepanzen zwischen den zugeschriebenen Massstäben und dem eigenen Aussehen entstehen oder wahrgenommen werden, was sich wiederum auf die eigene Körperzufriedenheit auswirkt (Blake, 2015, S. 140).

Ein sehr wichtiger Punkt dieses Forschungsfeldes ist es, dass erklärt werden kann, weswegen sich mediale Darstellungen körperbezogener Schönheitsideale auch auf Personen auswirken, welche die körperbezogenen Schönheitsideale kritisch hinterfragen oder ablehnen. Denn in diesem Fall wird trotzdem vermutet, dass relevante andere Personen, bei Jugendlichen beispielsweise Mitglieder der Peer-Groups diese Massstäbe und Ideale verinnerlicht haben und die kritische Person anhand dieser bewerten (Blake, 2015, S. 141).

## 7 Schnittstellen zu der Sozialen Arbeit

„Wirklichkeit ist heute nicht nur vielfältig durch Medien vermittelt, sondern wird von Medien mitdefiniert. Eine Pädagogik ohne Berücksichtigung von Medien ist daher praktisch nicht möglich“ (Hoffmann, 2010, S. 60).

Das Zitat beschreibt kurz und knapp, dass Medien in der heutigen Gesellschaft einen so starken Einfluss haben, dass sie zwangsläufig auch in pädagogische Arbeiten und somit auch in spezifische Bereiche der Sozialen Arbeit miteinbezogen werden müssen. Wie auch die Ausführungen in den vorhergegangenen Kapiteln zeigen, können soziale Problemlagen mit Medien in Verbindung stehen oder durch Medien verursacht werden (Hoffmann, 2010, S. 61).

In diesem Kapitel steht somit die Soziale Arbeit im Fokus der Betrachtung, spezifisch das Feld der Offenen Kinder- und Jugendarbeit. In einem ersten Schritt wird im Kapitel 7.1 das Handlungsfeld der Kinder- und Jugendarbeit vorgestellt. Das Kapitel 7.2 befasst sich anschließend mit verschiedenen Handlungsmöglichkeiten sowie Handlungsaufforderungen an die Fachpersonen der Sozialen Arbeit wiederum mit Fokus auf die Kinder- und Jugendarbeit. Dabei werden in den Kapiteln 7.2.1 bis 7.2.3 mehrere spezifische Methoden vorgestellt. In Kapitel 7.3 werden dann die Medienkompetenzen der Fachleute der Sozialen Arbeit fokussiert.

### 7.1 Das Handlungsfeld der Kinder- und Jugendarbeit

Bevor darauf eingegangen wird, welche Handlungsmöglichkeiten sich für die Soziale Arbeit ergeben, soll aufgezeigt werden, in welchen Bereichen der Sozialen Arbeit die Themen mediale körperbezogene Schönheitsideale, Medienkompetenzen sowie auch das Körperbild der Jugendlichen relevant sind.

Bader (2012, S. 34) stellt fest, dass soziale Medien vor allem in der sozialpädagogischen Arbeit mit Kinder und Jugendlichen eine grosse Relevanz haben, da sie zu einem Teil der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen geworden sind. Aus dieser Tatsache lässt sich auch ein Auftrag an die Soziale Arbeit im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit ableiten, den er als Auftrag zur Konzeptentwicklung „für die Arbeit in und mit sozialen Netzwerken“ beschreibt.

Der Dachverband Offene Jugendarbeit [DOJ] (2018a, S. 1) formuliert in seinem Leitfaden ebenfalls, dass digitale Medien für die Offene Kinder- und Jugendarbeit [OKJA] von grosser Relevanz sind, da sich die Angebote der OKJA an der Lebenswelt der Jugendlichen orientiert.

In dieser Lebenswelt haben digitale Medien in verschiedenen Lebensbereichen einen hohen Stellenwert. Daher stellt die Förderung der Medienkompetenzen ein „wichtiges Aufgabenfeld der OKJA dar“ (DOJ, 2018a, S. 1). Auch Alfert (2015, S. 141) verweist hinsichtlich der Bedeutung sozialer Medien in der Sozialen Arbeit auf das Feld der Kinder- und Jugendarbeit.

„Die Offene Kinder- und Jugendarbeit ist ein Teilbereich der professionellen Sozialen Arbeit mit einem sozialpolitischen, pädagogischen und soziokulturellen Auftrag“ (DOJ, 2018b, S. 2). Als Instanz der ausserschulischen Bildung begleitet, unterstützt und fördert die OKJA Kinder und Jugendliche über Beziehungsarbeit hin zur Selbstständigkeit. Ziel der Angebote der OKJA ist es, dass Kinder und Jugendliche ihre Bedürfnisse leben können und Initiativen entwickeln (DOJ, 2018b, S. 2).

Auf der gesellschaftlichen Ebene setzt sich die OKJA für Integration der Jugendlichen in gesellschaftliche Prozesse ein, sowie für die Verantwortungsübernahme der Jugendlichen für das Zusammenleben (DOJ, 2018b, S. 2).

Die **Kernziele** der OKJA auf der individuellen Ebene betreffen folgende Punkte betreffend Kinder und Jugendlichen:

- Freie Entscheidung und Verwirklichung des eigenen Lebensentwurfs,
- Hohes Selbstwertgefühl und Selbstbewusstsein,
- Ausgeprägte Handlungs- sowie Sozialkompetenzen,
- Angemessene Integration in die Gesellschaft und
- Aktive, partnerschaftliche Beteiligung an gemeinwesentlichen Prozessen (DOJ, 2018b, S. 2).

Auf der strukturellen Ebene formuliert der DOJ (2018b, S. 2) folgende Punkte:

- Freiräume zur Erholung, Kreativität und Entfaltung,
- Ermöglichung von individuellen, körperlichen, emotionalen und intellektuellen Fähigkeiten,
- Mitsprache und Beteiligung in kinder- und jugendgerechten Prozessen.

Die Prinzipien der OKJA sind in Grundprinzipien und Arbeitsprinzipien aufgeteilt. Im Folgenden werden diese Prinzipien kurz erläutert.

Zu den **Grundprinzipien** gehören Offenheit, Freiwilligkeit, Bildung, Partizipation, Niederschwelligkeit und lebensweltliche Orientierung. Die Angebote der OKJA sind offen für verschiedene Lebenslagen, -stile und -bedingungen und sind bedürfnisorientiert sowie breit gefächert. Sie beruhen alle auf Freiwilligkeit und finden in der Freizeit statt. Im Rahmen der Angebote werden Bildungsgelegenheiten gemacht, ohne dass diese eine spezifische Zielsetzung verfolgen. Partizipation wird sowohl in der Haltung der Fachleute gelebt als auch in der

Interessensvertretung der Kinder und Jugendlichen durch die OKJA in verschiedenen Gremien, Netzwerken und der Öffentlichkeit. Die Niederschwelligkeit wird durch einen einfachen und freien Zugang zu den Angeboten realisiert, welche sich an der Lebenswelt der Jugendlichen orientieren (DOJ, 2018b, S. 5). Unter anderem führt gerade die Lebensweltorientierung der OKJA dazu, dass soziale Medien in der Arbeit mitberücksichtigt und miteinbezogen werden müssen (DOJ, 2018a, S. 1).

Die **Arbeitsprinzipien** der OKJA umfassen Ressourcenorientierung, Bedürfnisorientierung, geschlechterreflektierter Umgang, reflektierter Umgang mit kulturellen Identifikationen, Beziehungsarbeit und Kultur der 2., 3., und 4. Chance. Das bedeutet, dass die Stärken und Ressourcen der Kinder und Jugendlichen im Fokus der Arbeit stehen sowie, dass die Jugendlichen an den Angeboten partizipativ ihren Bedürfnissen entsprechend mitwirken dürfen. Die Auseinandersetzung mit Geschlechterrollen und Stereotypen ist ebenfalls ein relevanter Teil der Arbeit. Die OKJA begegnet Kinder und Jugendlichen vorurteilsfrei und fördert die Auseinandersetzung mit der jeweiligen kulturellen Identität. Auch Beziehungsarbeit gehört zu den zentralen Arbeitsprinzipien, da Förderung, Diskussionen etc. erst durch eine gelungene Beziehung möglich wird. Deshalb werden Grenzüberschreitungen auch als Potenzial für bevorstehende Entwicklungen gesehen und in der OKJA beziehungsorientiert sowie ressourcenorientiert als Potential gesehen (DOJ, 2018b, S. 6).

Die Durchdringung von Medien in die Lebenswelt der Jugendlichen, sogenannte Mediatisierung sowie die Mediensozialisation beeinflussen die OKJA in verschiedenen Hinsichten. Einerseits muss sich die OKJA ebenfalls mediatisieren, um der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen gerecht zu werden. Diese Mediatisierung kann über Social-Media-Gruppen, Hashtags etc. erfolgen und hat zum Ziel, dass Aneignungsprozesse bezüglich digitaler Medien ermöglicht werden. Auf der anderen Seite sollte die OKJA den systemischen Einsatz von digitalen Medien bei Jugendlichen fördern. Dabei ist es wichtig, Chancen und Risiken in Bezug zu den Adressaten, den Fachpersonen sowie der Organisation abzuklären und zu berücksichtigen (DOJ, 2018a, S. 6)

## 7.2 Handlungsmöglichkeiten und -aufforderungen der Sozialen Arbeit

Die Massnahmen zur Erreichung eines positiven Körperbilds bei Jugendlichen im Zusammenhang mit sozialen Medien hat auf verschiedenen Ebenen zu erfolgen. Der Übersicht halber werden die Mirko-, Meso- und Makroebene unterschieden.

Auf der **Mirkoebene**, also der individuellen Ebene steht vor allem die Förderung von Medienkompetenzen im Zentrum der Massnahmen. Weiter ist die Förderung von körperlicher

Aktivität sinnvoll, um die Körperwahrnehmung zu verbessern (Stronski, 2018, S. 28). Brunner und Resch (2015, S. 11) verweisen auch auf die Vermittlung von realistischen Vergleichsobjekten als eine wichtige (präventive) Massnahme, sowohl bei Mädchen als auch bei Jungen. Auf der **Mesoebene**, in diesem Falle der familiären Ebene steht die Sensibilisierung von Eltern und Peers im Zentrum, da diese eine Orientierungsfunktion bezüglich Medien sowie auch bezüglich körperbezogener Schönheitsideale haben (Stronski, 2018, S. 28).

Letztlich ist es auf der gesellschaftlichen Ebene, der **Makroebene** einerseits notwendig in der Gesellschaft Akzeptanz gegenüber verschiedenen körperlichen Erscheinungsformen zu schaffen. Des Weiteren ist es auf der gesellschaftlichen Ebene ebenso wichtig, die körperbezogenen Schönheitsideale zu verändern (Stronski, 2018, S. 28).

Das Kapitel 7.2.1 befasst sich mit Handlungsmöglichkeiten auf der individuellen Ebene, wobei die Medienpädagogik im Zentrum steht. Im Kapitel 7.2.2 wird die Mesoebene über die Peer-Groups thematisiert und im Kapitel 7.2.3 die gesellschaftliche Ebene mit Fokus auf Sensibilisierung.

### 7.2.1 Medienpädagogik auf der Mikroebene

„Medienpädagogik in der Sozialpädagogik ist nicht einfach eine Option, sondern eine fachliche Pflicht“ (Luginbühl, o.D., zit. in Beringer, 2018, S. 7).

Nach Hüther und Schrob (2005 zit. in Alfert, 2015, S. 140) werden Medien dann zum Gegenstand von Medienpädagogik, wenn sie durch Informations-, Beeinflussungs-, Unterhaltungs-, Unterrichts- oder Organisationsmittel für die Sozialisation von Bedeutung werden.

Das zentrale Ziel der Medienpädagogik ist die Erarbeitung und Förderung der Medienkompetenzen, welche bereits in Kapitel 4.1.1 beschrieben wurden. Medienpädagogik befasst sich laut Süss et al. (2010, S. 83) mit folgenden unterschiedlichen Aspekten:

- Förderung von Medienkompetenzen bei Jugendlichen,
- Kinder- und Jugendgerechten Medienangebote erkennen und schaffen,
- Produktive Integration von Medien in allen Lebensbereichen,
- Sicherheit im Umgang mit Medien bei Jugendlichen.

Zur Erreichung dieser Aspekte haben sich im Laufe der Zeit eine Vielzahl an medienpädagogischen Ansätzen entwickelt. Dazu gehören unter anderem sowohl reparierpädagogische Konzepte oder aufklärende Konzepte sowie auch aktuelle handlungsorientierte, partizipatorische Konzepte (Süss et al, 2010, S. 83-84).

Reparierpädagogische Ansätze gehen davon aus, dass man Jugendliche nicht von problematischen medialen Inhalten abschirmen kann, dafür jedoch Hilfestellungen zur Verarbeitung der Inhalte anbieten kann. Anschlusskommunikation kann beispielsweise eine

Verarbeitungshilfe darstellen, indem im Nachhinein über Inhalte diskutiert wird (Süss et al., 2010, S. 93).

Aufklärende Ansätze zielen hingegen darauf ab die Jugendlichen kritisch zu hinterfragen und Prozesse und Systeme hinter den Medien zu durchschauen. Die Jugendlichen werden so zu kritischen Konsumenten befähigt, welche die Vernetzungen von Medien mit gesellschaftlichen Subsystemen erkennen (Süss et al., 2010, S. 95-96).

Handlungsorientierte, partizipatorische Ansätze streben an, dass die Jugendlichen Medien nicht nur konsumieren, sondern auch mitgestalten. So wird der Umgang oder die Nutzung von Medien gelernt, während sich die Jugendlichen als Produzent betätigen. In der Rolle des Produzenten sollen Jugendliche selbst Möglichkeiten und Grenzen erfahren sowie eigene Wirkungen beobachten können (Süss et al. S. 84-99). Dieser Ansatz fördert einen selbstbestimmten und kompetenten Umgang mit Medien bei Jugendlichen und wird aktuell oft angewandt (Süss et al., 2010, S. 106).

Zu beachten gilt es auf der Mikroebene, dass wesentlich mehr Mädchen durch körperbezogene Schönheitsideale negativ beeinflusst werden als Jungen im gleichen Alter (Stronski, 2018, S. 26-27). Die ungleiche Beeinflussung und Betroffenheit sollte auch in der Arbeit mit den Jugendlichen beachtet werden, so sind beispielsweise genderspezifische Arbeitsgruppen bzw. spezifische Mädchenarbeit wie dies in der Fachgruppe Mädchenarbeit beschrieben wird, optimal. Ziel ist es, spezifische Themen betreffend Mädchen und deren Lebenslagen anzusprechen und zu bearbeiten (DOJ, o.D., Abschn. 1-4).

Roth Ebner (2019) weist jedoch auf Folgendes hin: „die Zusammenhänge zwischen Medienpädagogik und Geschlecht werden in der allgemeinen Fachdiskussion nur selten explizit thematisiert [...]“ (S. 2). Demgegenüber betont Luca (2011 S. 33 zit. in Roth-Ebner, 2019, S. 5), dass monoedukative Ansätze, also Ansätze, welche sich an eine homogene Geschlechtergruppe richten in der Praxis sehr häufig vorkommen. Des Weiteren weist sie daraufhin, dass diese monoedukativen Ansätze hauptsächlich auf die Förderung von Mädchen und jungen Frauen abzielen.

Ein interessanter Gedanke von Lauffer und Röllecke (2011, S. 15 zit. in Roth-Ebner, 2019, S. 9) ist, dass Medienkompetenzen und Genderkompetenzen miteinander verbunden sind.

Auch Kuroпка (2006 S. 195 zit. in Roth-Ebner, 2019, S. 9) appelliert, dass Fähigkeiten im Bereich Gender, wie bspw. die kritische Einschätzung von medialen Bildern sexistischer Stereotypen ein Kernaspekt von Medienkompetenzen sind.

Einige dieser Ansätze und Methoden zu genderspezifischer Medienpädagogik werden nebst den genderunspezifischen Methoden und Ansätzen in den nächsten Abschnitten vorgestellt.

### **Aktive Medienarbeit als Methode der Medienpädagogik**

Eine zentrale Methode der Medienpädagogik ist die aktive Medienarbeit, welche zu den handlungsorientierten Ansätzen der Medienpädagogik gehört (Demmler & Rösch, 2014, S. 192). Die Methode wird hauptsächlich in der offenen Kinder- und Jugendarbeit angewandt (Süss et al., 2010, S. 143). „Im Mittelpunkt aktiver Medienarbeit steht die Be- und Erarbeitung von Gegenstandsbereichen sozialer Realität mittels Medien mit dem Ziel, den analytischen, reflexiven, kritischen und produktiven Medienumgang der Beteiligten zu fördern“ (Süss et al., 2010, S. 143). Dabei wird die Lebenswelt der Jugendlichen einbezogen, da die Jugendlichen die Medien für ihre eigene Nutzung gewinnen sollen. Wichtig ist, dass nicht die Medien, sondern die Jugendlichen im Zentrum der aktiven Medienarbeit stehen, denn die Jugendlichen sollen während der Interaktion mit Medien ihre Fähigkeiten entwickeln und eine selbstständige Handhabung lernen. Das Ziel dabei ist, dass Jugendliche Medien für ihre Lebensbewältigung, zur Kommunikation und Förderung der Partizipation nutzen können und gleichzeitig einen kritischen und reflexiven Umgang erlernen (Demmler & Rösch, 2014, S. 193).

Der aktiven Medienarbeit liegen drei Prinzipien zugrunde, nämlich das handelnde Lernen, das exemplarische Lernen sowie die Gruppenarbeit. Anhand dieser drei Prinzipien wird deutlich, dass sowohl die Selbsttätigkeit, also das Gestalten von Medienprodukten, sowie auch das Einbringen von eigenen Erfahrungen und die Zusammenarbeit mit anderen im Fokus stehen (Demmler & Rösch, 2014, S. 193).

### **Medienpädagogische Projekte**

Die Fachhochschule Nordwestschweiz [FHNW] zeigt auf ihrer Homepage verschiedenen medienpädagogische Projekte zur Förderung von Medienkompetenzen auf. Ein Teilbereich dieser Projekte befasst sich mit der medialen Wirklichkeit (FHNW, o.D., Abschnitt 2). Im Folgenden wird eines dieser medienpädagogischen Projekte als Möglichkeit zur Medienkompetenzförderung aufgezeigt.

Eines der Projekte befasst sich mit der App „facetune“, welche zur **Bildmanipulation** dient, indem mit Hilfe der App von einem Originalbild die Haarfarbe, Gesichtsform, Teint etc. verändert werden kann. Das Projekt wurde für die Zielgruppe 8-14 konzipiert und hat zum Ziel, dass die Jugendlichen ein Bewusstsein für manipulierte Bilder im Internet erhalten und die damit verbundenen Schönheitsideale hinterfragen. Gleichzeitig werden auch Fragen zur eigenen Identität thematisiert sowie gesellschaftliche Normen und Werte (FHNW, o.D., Abschnitt 1-3).

Das Projekt wird in eine Einführung, eine Diskussion, eine Ausführung sowie eine abschließende Diskussion aufgeteilt. Während der Einführung werden gemeinsam Bilder von Idolen



der Jugendlichen gesucht und angeschaut. Danach wird über die gesichteten Bilder, deren Wirkung auf die Jugendlichen, über den Wert von Schönheit sowie über die Selbstdarstellung der Jugendlichen diskutiert bevor die Phase der Ausführung beginnt.

Während der Ausführung arbeiten die Jugendlichen mit der „facetune“ App. Sie erstellen dort ein Bild von sich und probieren die verschiedenen Funktionen aus. Zum Schluss wird eine erneute Diskussion gestartet. Thema sind die eben erarbeiteten Erfahrungen und Eindrücke über die App, dabei kann über Grenzen von Manipulation gesprochen werden sowie über eigene Erfahrungen mit Bildmanipulation (FHNW, o.D., Abschnitt 5).

Ähnliche Projekte stellt auch Roth-Ebner (2019) vor, beispielsweise: „das kreative Umgestalten von Werbebildern im Sinne medienkritischer Überlegungen, ‚Adbusting‘ genannt“ (S. 4), welches das Ziel hat, „einen reflektierten Umgang mit medialen Körperdarstellungen einzuüben“ (S. 4)

Ein australisches Projekt, welches sich ebenfalls mit Bildmanipulation befasst, ist das Projekt „SeeMe“ von Berman und White (2013). Dies ist ein genderspezifisches Projekt, das die Sensibilisierung von weiblichen Jugendlichen auf Körperbilder und Geschlechtsstereotype in den Medien anstrebt. Dabei wurden den Jugendlichen die Schritte der Körper bzw. Bildmanipulation direkt gezeigt, denn handlungsorientierten Ansätze sind zur Sensibilisierung gut geeignet (Roth-Ebner, 2019, S. 4). Die Auswertung des Projekts zeigt, dass die kritisch-reflexiven Medienkompetenzen der Jugendlichen hinsichtlich medialen Körperdarstellungen und Schönheitsidealen gefördert wurden (Roth-Ebner, 2019, S. 8).

Auch weitere genderspezifische Projekte zur Förderung der Medienkompetenzen konnten positive Effekte erzielen. So zeigten sich beispielsweise bei einem Medienkompetenztraining zur Vorbeugung von Essstörungen für College-Studentinnen positive Effekte, welche zeigen, dass Medienkompetenzen sich als präventive Interventionsmöglichkeit eignen (Caughlin & Kalodner, 2006, S. 42 zit. in Roth-Ebner, 2019, S. 8).

### 7.2.2 Peer-Involvement auf der Mesoebene

Diese Massnahme bezieht sich auf die Ebene der Peer-Groups.

Peer-Involvement ist eine Interventionsform, deren Leitidee es ist, dass geschulte Jugendliche andere Jugendliche aus der eigenen Peer-Group informieren und Diskussionen sowie auch Verhaltensweisen anregen. Der Gedanke der Gleichrangigkeit spielt dabei eine grosse Rolle, da speziell in der Lebensphase Jugend hierarchische Settings mit Erwachsenen schwierig sind. Es gibt zwei Hauptformen von Peer-Involvement, nämlich einerseits das Peer-Tutoring und andererseits die Peer-Education. Der Unterschied liegt hauptsächlich im Grad der Formalität. Während die vermittelnden Jugendlichen beim Peer-Tutoring klar definierte Inhalte weitergeben, wird bei der Peer-Education ein informeller Austausch angeregt,

welcher von ausgebildeten Jugendlichen geleitet wird. Das Peer-Tutoring findet oft in Schulklassen statt, während die Peer-Education mehrheitlich in der Offenen Jugendarbeit angewendet wird. Das Ziel des Peer-Involvement ist einerseits die Aneignung von Wissen und Kompetenzen sowie das kritische Hinterfragen gewisser Sachverhalte und mögliche Änderungen der Einstellung. Andererseits stehen die Persönlichkeitsförderung sowie die Stärkung des Selbstbewusstseins der Jugendlichen im Vordergrund (Jugend und Medien, 2018, S. 8).

In einer Evaluation von sieben Projekten im Bereich Peer-Involvement hat die Hochschule für Soziale Arbeit der Fachhochschule Nordostschweiz mehreren Qualitätsmerkmale herausgearbeitet. Die folgenden Qualitätsmerkmale betreffen allgemein die Interventionsform des Peer-Involvements:

- Das Peer-Involvement soll als Grundhaltung betrachtet werden, weshalb sich alle Beteiligten damit auseinandersetzen sollten, um die Erwartungen zu klären. So soll eine Kultur des Peer-Involvements entstehen.
- Die Themen des Peer-Involvements müssen an die Lebenswelt der Jugendlichen angepasst sein, d.h. bottom-up bestimmt werden. Dies fordert, dass die Jugendlichen auch in der Vorbereitung miteinbezogen werden und Partizipation gefördert wird.
- Da im Vorherein einer Peer-Education oder Peer-Tutoring nicht klar ist, wie die Themen bei den Jugendlichen ankommen oder was sie auslösen, ist es wichtig verschiedene Anpassungsmöglichkeiten bereit zu halten. Flexibilität und Freiräume sind entscheidend für die Qualität.
- Machtverhältnisse sollten im Peer-Involvement diskutiert und reflektiert werden, da die Intervention Augenhöhe fordert.
- Die vermittelnden Jugendlichen müssen auf die Einheiten vorbereitet werden, damit sie Fachkenntnisse und methodisches Wissen besitzen.
- Aktive und persönliche Beteiligung sind ebenfalls sehr wichtig, um bei den Jugendlichen Interesse zu wecken. Weiter ist es auch wichtig, die Kommunikation offen, respektvoll und hierarchiefrei zu gestalten, damit Jugendliche sich einzubringen trauen.
- Auch eine ausgewogene Bearbeitung eines Themas ist wichtig. Es sollten beispielsweise nicht nur die negativen Seiten von Medien behandelt werden, sondern auch die Vorteile. Zusätzlich ist der Einbezug von Fachpersonen ideal.
- Beim Einbezug von Fachpersonen gilt es zu beachten, dass die Jugendlichen zwar angeregt werden, jedoch ihre eigenen Schlussfolgerungen ziehen können. (Jugend und Medien, 2018, S. 32)

In einem weiteren Schritt wurden auch die Qualitätsmerkmale des Peer-Involvement zur Förderung von Medienkompetenzen erarbeitet. Jugend und Medien (2018, S. 33) fasst folgende fünf Qualitätsmerkmale zusammen:

- Es werden Risiken und Chancen von digitalen Medien aufgezeigt, um eine Verengung des Blickes auf Medien zu verhindern.
- Technische Medienkompetenzen werden gefördert, wie beispielsweise das Zusammenschneiden eines Videos. So entsteht Aktivität und Produktivität bei den Jugendlichen.
- Es werden lebensweltorientierte und altersadäquate Themen gewählt, so dass sich die Jugendlichen angesprochen fühlen und ihre eigene Mediennutzung an den Inhalten hinterfragen können.
- Auch die sozialen Medienkompetenzen werden miteinbezogen. Es wird beispielsweise der Einfluss von Medien auf die Beziehungsgestaltung oder Risiken wie Cyberbullying diskutiert. Wichtig ist auch hier, dass Risiken und neue Möglichkeiten aufgezeigt werden.
- Die reflexiven Medienkompetenzen sollen auch miteinbezogen werden, damit die Jugendlichen sich Wissen über Zusammenhänge in den Medien aneignen können.

Kritisiert wird das Peer-Involvement, da die vermittelnden Jugendlichen von Erwachsenen gebildet werden und die Inhalte somit von Erwachsenen (mit)bestimmt sind. Das Ziel wäre jedoch, dass Jugendliche ihre eigenen Erfahrungen miteinbringen können. Weiter werden die vermittelnden Jugendlichen frühzeitig pädagogisiert, wodurch die Kluft zwischen den Peer-Educators bzw. -tutors und den Peers vergrößert wird (Jugend und Medien, 2018, S. 9)

### 7.2.3 Gesellschaftliche Sensibilisierung auf der Makroebene

Auf der **gesellschaftlichen Ebene** formuliert Blake (2015, S. 204) zwei verschiedene Massnahmen aus, welche zu einer Reduzierung der negativen Auswirkungen von medialen körperbezogenen Schönheitsidealen führen sollten.

Einerseits, dass in den Medien eine grössere Vielfalt an Körperdarstellungen berücksichtigt wird und andererseits, dass digital veränderte oder manipulierte Körperdarstellungen sichtbar gekennzeichnet werden, damit klar wird, dass die Darstellungen nicht der Realität entsprechen (Blake, 2015, S. 204).

Die Realisierung einer grösseren Vielfalt von Körperdarstellungen würde dazu führen, dass weniger Diskrepanzen zum Körper der Jugendlichen entstehen und soziale Vergleichsprozesse somit weniger zu einer negativen Selbstbewertung bzw. zur Selbstverbesserung führen. Ziel dieser Massnahme wäre es, dass auch ältere Menschen mit sichtbaren Zeichen des

Alters sowie auch Menschen mit normalem oder höherem Gewicht in den Medien gezeigt werden. Grundsätzlich jegliche Personen, deren Körperform vom aktuellen Ideal abweicht. Es geht dabei um eine symmetrische Repräsentation der Vielzahl an Körperformen in den Medien, wie sie real existieren (Blake, 2015, S. 205).

Die Kennzeichnung von manipulierten Körperdarstellungen in den Medien andererseits hat zum Ziel, dass gekennzeichnete Darstellungen weniger zur Bildung von Idealen beitragen und weniger als Massstab zum sozialen Vergleich angewendet werden. Dementsprechend würden sich die Darstellungen auch wesentlich weniger auf das Körperbild der Jugendlichen auswirken (Blake, 2015, S. 208-209)

Beide Massnahmen hängen jedoch stark mit medienerschaffenden Personen und ökonomischen Prozessen zusammen. Aus diesem Grund ist es wichtig, nebst gesellschaftlicher Sensibilisierung auch Informationsangebote für Medienerschaffende zu erstellen, um ein Verständnis und ein Bewusstsein für die problematischen Prozesse zu wecken (Blake, 2015, S. 2010). Dieses Angebot sollte laut Blake (2015, S. 210) von einer angesehenen staatlichen Instanz bearbeitet werden.

Hier bietet sich die soziale Arbeit an, da das Tätigkeitsfeld auch mit den Auswirkungen in Berührung kommt.

Der Berufskodex der Sozialen Arbeit von avenir-social (2010, S. 4) dient als Orientierungshilfe für Sozialarbeitende, als Begründungshilfe der Arbeit, als Anregung zum ethischen Diskurs und als Richtlinie für das moralisch berufliche Handeln der Fachpersonen. In ihm werden verschiedene Handlungsprinzipien der Sozialen Arbeit in der Schweiz aufgeführt. Das zweite Handlungsprinzip einer ethisch begründeten Praxis beinhaltet folgendes:

„Die Professionellen der Sozialen Arbeit klären die Menschen, die sich auf sie verlassen, über die Ursachen und strukturellen Probleme auf, die für ihre zu sozialem Ausschluss führende Situation verantwortlich sind“ (avenir-social, 2010, S. 10).

In den Handlungsmaximen bezüglich der Gesellschaft werden u.a. folgende zwei Maximen aufgezählt:

„Die Professionellen der Sozialen Arbeit engagieren und vernetzen sich. Ihre Netzwerke setzen sie für gesellschaftliche und sozialpolitische Verbesserungen ein und begründen so die Verlässlichkeit der Sozialen Arbeit der Gesellschaft gegenüber“ (avenir-social, 2010, S. 13) und

„Die Professionellen der Sozialen Arbeit vermitteln der Öffentlichkeit, der Forschung und der Politik ihr Wissen über soziale Probleme sowie deren Ursachen und Wirkungen auf individueller und struktureller Ebene, und tragen so dazu bei, dass ihre Expertise nutzbar wird“ (avenir-social, 2010, S. 13).

Aus den genannten Handlungsprinzipien und -maximen wird ersichtlich, dass die Praxis der Sozialen Arbeit auch die Aufklärung von Menschen, öffentliches Engagement sowie Wissensvermittlung umfasst (avenirsocial, 2010, S. 10-13). Wie Stronski (2018, S. 28) beschreibt, stehen die gesellschaftliche Akzeptanz sowie die Veränderung der körperbezogenen Schönheitsideale im Fokus der Arbeit auf der Makroebene, welche wiederum auf die oben genannten Handlungsprinzipien und -maximen abzielt.

Da im Zusammenhang zur Sensibilisierung von körperbezogenen Schönheitsidealen noch kaum konkrete Interventions- und Aktionsformen erwähnt werden, werden im Folgenden einige allgemeine Aktionsformen der Sozialen Arbeit beleuchtet.

Um auf die Sozialstruktur auf der Makroebene einwirken zu können und somit eine Breitenwirkung zu erreichen, müssen Fachpersonen der Sozialen Arbeit sich an öffentlichen Diskursen beteiligen. Um im öffentlichen Raum eine Diskussion anzuregen oder die Öffentlichkeit aufzuklären gibt es verschiedene mögliche Aktionsformen, wozu u.a. Vorträge, Publikationen, Tagungen, Leserbriefe, Direktkontakte, Streitgespräche etc. gehören. (Früchtel, Budde & Cyprian, 2011, S. 259-266).

### **7.3 Medienkompetenzen für Fachleute der Sozialen Arbeit**

Im Kapitel 4.1.1 wurde erläutert, welche Medienkompetenzen sich Jugendliche in der Nutzung von sozialen Medien aneignen oder aneignen sollten. Jedoch sind nicht nur Jugendliche von den technischen Entwicklungen beeinflusst. Auch Sozialpädagoginnen und Sozialpädagogen kommen mit sozialen Medien in Kontakt und müssen Trends und Entwicklungen nicht nur verfolgen, sondern auch kennen (Kompetenz Bildung Bern [BFF], o.D., Abschnitt 1). Medienkompetenzen sind somit nicht nur für die Adressaten der Sozialen Arbeit relevant, sondern auch für die Fachpersonen der Sozialen Arbeit sowie auch für die Institutionen der Sozialen Arbeit (Hoffmann, 2010, S. 62). Vor allem in den Arbeitsfeldern Jugendarbeit, Schulsozialarbeit, Gemeinwesenarbeit oder auch in Familien ist die Auseinandersetzung mit Sozialen Medien besonders wichtig (Beringer, 2018, S. 24).

Tab. 3: Die Rolle der Sozialen Arbeit bezüglich Medien

Medien z.B. als Mittel kreativer Erfahrung und Produktion	Aktive Nutzung und Gestaltung Partizipation Neue Sozial-Räume	Medien z.B. als Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit.
individuell / mikrosoziologischer Blick	<b>Medienkompetenz &amp; Soziale Arbeit</b>	Makrosoziologisch / gesellschaftlicher Blick
Medien z.B. als Informations- und Lernspeicher, aber auch als Einflussfaktoren; kritische Nutzung muss gelernt, gerechter Zugang ermöglicht werden.	Wahrnehmung Beeinflussung Information Meinungsbildung	Medien prägen z.B. öffentliche Meinung und Images; soziale Benachteiligung muss angemessen thematisiert und ausgeglichen werden.

Anmerkung: Hoffmann, 2010, S. 63

Auf der Tab. 3 ist zu erkennen, welche Rolle die Soziale Arbeit bezüglich Medien einnimmt. Demnach ist die Soziale Arbeit vor allem in den Bereichen der Wahrnehmung, Beeinflussung, Information und Meinungsbildung bezüglich sozialer Medien relevant, wobei es bei diesen Themen um die aktive Nutzung und Gestaltung, um Partizipation und soziale Räume geht (Hoffman, 2010, S. 63).

Hoffmann (2010) formuliert nach den Dimensionen von Baacke (1996, S. 7 zit. in Moser, 2010, S. 242) klare Medienkompetenzen für die Soziale Arbeit.

Die Kompetenz der **Medienkritik** umfasst in der Sozialen Arbeit die Fähigkeit darauf zu achten, wie soziale Probleme in den Medien dargestellt werden, über Medien mitdefiniert werden. Des Weiteren müssen Mediensysteme beobachtet und kritisch hinterfragt werden bspw. auf Partizipationsmöglichkeiten oder auf die Art und Weise, wie sie über soziale Probleme berichten (Hoffmann, 2010, S. 63).

**Medienkunde** meint demgegenüber im Kontext der Sozialen Arbeit, dass das Wissen über Medien für alle Menschen zugänglich gemacht wird. Darunter fällt nebst der Bedienung der Geräte und dem Wissen über Medienstrukturen auch die Sprachförderung, welche primär Zugang verschafft (Hoffmann, 2010, S. 63)

Die Dimension **Mediennutzung** muss in der Sozialen Arbeit eine für Adressaten handlungsanleitende und orientierende Funktion haben. Dazu gehört unter anderem auch die Bewusstmachung und Kennzeichnung von Problemlagen, welche durch Medien beeinflusst oder verursacht wurden (Hoffmann, 2010, S. 63)

Die **Mediengestaltung** hat in der Sozialen Arbeit die Funktion Partizipation zu fördern, indem Räume und Zugänge geschaffen werden (Hoffmann, 2010, S. 64)

Des Weiteren hat Hoffmann neun zentrale Punkte formuliert, um ein umfassendes Verständnis über die Bedeutung von Medienkompetenzen in der Sozialen Arbeit zu geben. An

Hoffmann (2010) angelehnt, lassen sich folgende Hauptmerkmale für die Soziale Arbeit zusammenfassen:

- Medien prägen soziale Themen und Probleme und müssen deswegen kontinuierlich kritisch wahrgenommen werden (S. 64),
- Soziale Arbeit ist auf soziale Medien und Medien als Kommunikationsmittel angewiesen (S. 65),
- „Soziale Arbeit muss Begleitung, z.T. auch Schutz für (bevorzugt junge, heranwachsende) Menschen gegenüber den Risiken der Medienwelten bieten“ (S. 65),
- Medien können als Mittel zur Lebensbewältigung genutzt werden. Diese Funktion sollte unterstützt und aufgezeigt werden (S. 66),
- Soziale Ungleichheit bezüglich Medien sollen ausgeglichen werden (S. 66),
- Medien sind wichtig für Lernprozesse und sollen deshalb stärker in diesem Bereich genutzt werden (S. 67),
- Kreative Mediengestaltung sollte allen Menschen ermöglicht werden (S. 67),
- „Soziale Arbeit muss der globalen Medienwelt lokale Aneignungen in Kontexten Sozialer Kulturarbeit zur Seite stellen“ (S. 69) und
- Durch Projektarbeit mit Medien sollen medienbezogene Problematiken geklärt werden und Ressourcen gestärkt werden (S. 69).

## 8 Resümée

Die leitende Fragestellung zu der vorliegenden Bachelorarbeit lautete: „Wie beeinflussen körperbezogene Schönheitsideale in den sozialen Medien Jugendliche bezüglich ihrer Identitätsbildung und welche genderspezifischen Problemlagen können sich daraus entwickeln?“. In diesem Kapitel wird eine kurze Zusammenfassung zu der gesamten Arbeit gegeben, um die zentralen Aspekte hervorzuheben.

In der Lebensphase Jugend ist die Identitätsbildung ein zentraler Aspekt. Ziel davon ist die Auseinandersetzung mit dem eigenen Körper, der Psyche sowie der sozialen und physischen Umwelt (Hurrelmann, 2007, zit. in Ecarius et al., 2011, S. 43-46). Hinsichtlich der leitenden Fragestellung ist die Körperidentität ein wesentlicher, zu beachtender Aspekt der Identität. Daszkowski (2003, S. 9) beschreibt, dass das Körperbild ein Teil der Identität bzw. der Körperidentität ist, welcher das gesamte Verhältnis einer Person zum eigenen Körper umfasst, wodurch wiederum die Identitätsbildung durch das jeweilige Körperbild beeinflusst wird. Die Sozialisation beschreibt die Entstehung und Entwicklung der Persönlichkeit der Jugendlichen in reziproker Abhängigkeit zu der gesellschaftlich vermittelten, sozialen und materiellen Umwelt (Niederbacher & Zimmermann, 2011, S. 15). Aus dieser Beschreibung wird klar, dass die Identitätsentwicklung von der äusseren Umwelt abhängt und umgekehrt. Niesyto (2007, S. 23) betont, dass während der Jugend vor allem die Sozialisationsinstanzen Medien und Peers an Bedeutung gewinnen.

Im Folgenden wird deshalb die Relevanz von Medien sowie auch die Relevanz von Peer-Groups in Bezug zu körperbezogenen Schönheitsidealen in den sozialen Medien abschliessend zusammengefasst.

Mit Blick auf die Identitätsbildung spielen bei den **Sozialen Medien** nebst anderen Funktionen (siehe Kap. 3.2.1) vor allem die sozialen sowie die biographischen und ich-bezogenen Faktoren eine wichtige Rolle. Betreffend die sozialen Funktionen von Medien ist zentral, dass sie zur Meinungsbildung, Gruppenidentität sowie auch zur Positionierung in der Gesellschaft beitragen (Vollbrecht, 2003, S. 285-286). Krämer (2013, S. 188) betont zusätzlich die Funktion der Bildung von Gemeinsamkeiten und verweist allgemein auf die Relevanz von sozialen Medien für die Identitätsbildung. Auf diese Identitätsbildung wird unter den biographischen und Ich-bezogenen Funktionen spezifisch Bezug genommen (Vollbrecht, 2003, S. 14f. zit. in Friedrichs & Sander, 2010, S. 285-286). Denn soziale Medien sind für die Überprüfung und Auseinandersetzung der eigenen Identität wichtig (Lippuner, 2018, S. 64), sowie auch als Orientierung für die Konstruktion des Selbstbildes (Hoffmann, 2018, S. 688-689). Süss (2010, S. 124) verweist bezüglich des Selbstbildes u.a. auf das Risiko der Verzerrung des



Selbst- und Weltbildes durch die Mediensozialisation. Hier spielen Prozesse des **sozialen Vergleichs** eine wichtige Rolle, denn soziale Vergleiche finden häufig mit Personen aus den sozialen Medien als Vergleichsmaßstab statt (Raab et al., 2010, S. 30-31). Der Vergleich mit Personen aus den sozialen Medien hat häufig zur Folge, dass die Jugendlichen unrealistische Ideale entwickeln. Des Weiteren wirken sich die Vergleiche auch auf das Körperbild der Jugendlichen aus (Peter, 2016, S. 35-38).

Das **Konzept der Kultivierungsanalyse** (Gerbner, 1969) hängt ebenfalls mit sozial-kognitiven Vergleichsprozessen in den sozialen Medien zusammen, welche sich anschliessend auf das eigene Körpererleben und Körperbewusstsein auswirken (Hoffmann, 2017, S. 170). Bei einer Kultivierung erster Ordnung verändern sich die Normalitäts- und Risikoeinschätzungen der Konsumenten durch die Aneignung von Darstellungen körperbezogener Schönheitsideale in den Medien. Von einer Kultivierung zweiter Ordnung wird gesprochen, wenn sich diese Kultivierung auch auf die Handlungsdispositionen der Konsumenten auswirkt und es so bspw. zu Schönheitshandlungen kommt (Krause, 2018, S. 7-8).

Auch **Peer-Groups** spielen zur Beantwortung der Leitfrage eine Rolle, denn Peer-Groups gewinnen in der Lebensphase Jugend zunehmend Bedeutung als Sozialisationsinstanz (Harring et al., 2010, S. 9). Sie fungieren als soziale Orientierung, beeinflussen das Freizeitverhalten und die Lebensführung (Harring et al., 2010, S. 9), setzen Normalitätserwartungen und präsentieren Vorbilder sowie Leitbilder (Nierobisch, 2016, S. 20). Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Anerkennung, welche eine unerlässliche Relevanz für die Identitätsbildung hat. Die Zugehörigkeit zu sozialen Gruppen, bspw. Peer-Groups bietet Raum zur Erfahrung von Anerkennung und sowie durch Zugehörigkeit auch die Möglichkeit ein positives Selbstbild zu entwickeln. Identitätsarbeit und somit auch die Entwicklung des Selbstbildes findet somit zentral in Peer-Groups statt (Nierobisch, 2016, S. 3-18).

Auch im Zusammenhang mit Peer-Groups spielen Prozesse des **sozialen Vergleichs** eine wichtige Rolle, denn soziale Vergleiche mit aussenstehenden Personen finden statt, um die eigenen Fähigkeiten zu bewerten. Als Vergleichsmaßstab werden oft Personen gewählt, welche Ähnlichkeiten aufweisen bspw. bezüglich Alter, Geschlecht, Berufsgruppe etc. Dies führt dazu, dass soziale Vergleiche oft in Peer-Groups stattfinden (Raab et al., 2010, S. 30-31). Eine mögliche Folge von sozialen Vergleichen ist, dass sich die Ideale der Jugendlichen verändern und unrealistische Ideale entstehen, somit entwickelt sich eine Diskrepanz zwischen dem Ideal-Selbst und dem Real-Selbst, die sich wiederum auf das Körperbild der Jugendlichen auswirkt (Peter, 2016, S. 35-38). Laut Taifel und Turner (1986 zit. in Nierobisch, 2016, S. 18) entsteht eine positive soziale Identität im Vergleich mit anderen Gruppen, in denen das Individuum nicht Mitglied ist. Dementsprechend sind soziale Vergleiche für die Entwicklung der sozialen Identität wichtig, obwohl sie auch negative Folgen haben können.

Der **Third-Person-Effekt** (Davidson, 1983) erklärt zusätzlich, inwiefern Zuschreibungsprozesse und Peer-Groups einen Einfluss auf das Körperbild der Jugendlichen hat. Nach dem Third-Person-Effekt (Davidson, 1983) gehen Rezipienten und Rezipientinnen davon aus, dass andere Personen stärker durch Medieninhalte beeinflusst werden als sie selbst. Sie schreiben den Darstellungen in den Medien eine Wirkung auf die Massstäbe anderen betrachtenden Personen zu. Daraus können Diskrepanzen zwischen diesen zugeschriebenen Massstäben und dem eigenen Aussehen wahrgenommen werden, was sich auf die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper auswirkt. Durch den Third-Person-Effekt wird so die wichtige Rolle der Peer-Groups klar, denen Rezipienten und Rezipientinnen ebenfalls eine Wirkung zuschreiben (Blake, 2015, S. 136-140). In verschiedenen Studien konnte nachgewiesen werden, dass die Internalisierung und anschliessende Anpassung an Schönheitsideale einerseits durch wahrgenommenen Druck von Familien, Medien und Peer-Groups ausgelöst wird und gleichzeitig zum Ziel hat, positives Feedback und Aufmerksamkeit sowie für die Identitätsarbeit unerlässliche Anerkennung zu erhalten (Michels-Lucht et al., 2012, S. 480-482, Halliwell & Harwey, 2006, zit. in Brunner & Resch, 2015, S. 11, Nierobisch, 2016, S. 38).

Aus dieser Beeinflussung der Identitätsbildung ergeben sich verschiedene **Problemlagen**, welche nachfolgend genderspezifisch zusammengefasst werden.

Genderspezifische Informationen sind hauptsächlich in Bezug zur Entstehung eines negativen Körperbildes zu finden. Bei Mädchen besteht eine grössere Diskrepanz zwischen der natürlichen körperlichen Entwicklung in der Pubertät und dem medial vermittelten körperbezogenen Schönheitsidealen als bei Jungen (Stronski, 2018, „ 26-27). Dies führt dazu, dass der Anteil der Mädchen in der Schweiz, Deutschland und Österreich, die sich „zu dick fühlen“ wesentlich grösser ist als der der Jungen. Bei 15-Jährigen sogar rund doppelt so hoch, also 43% der Mädchen und 22% der Jungen (WHO, 2016).

Ähnliche Tendenzen zeigen sich auch bei den entstehenden Problemlagen. Laut der Gesundheitsförderung Schweiz (2017) wollen rund 59% der Mädchen abnehmen, während sich der Anteil bei den Jungen 29% ist.

Die Internalisierung von körperbezogenen Schönheitsidealen kann jedoch geschlechtsunabhängig zu einem negativen Körperbild führen, was u.a. verschiedene gewichtsreduzierende Massnahmen auslöst (Brunner & Resch, 2015, S. 10-11). Allgemein konnte nachgewiesen werden, dass Unzufriedenheiten mit dem eigenen Körper ein Vorläufer unterschiedlicher mentaler Probleme ist und in Zusammenhang mit kosmetischen Eingriffen, unbalancierter Diäten sowie Missbrauch von Abführmitteln steht (Dittmar, 2009 zit. in Blake, 2015, S. 1-2).

Die Thematik betrifft die **Soziale Arbeit** vor allem im Bereich der Kinder- und Jugendarbeit (DOJ; 2018a, S. 1). Zur Förderung eines positiven Körperbildes ergeben sich

Handlungsmöglichkeiten auf verschiedenen Ebenen. Auf der Makroebene steht die Förderung der Medienkompetenzen sowie die Förderung von körperlicher Aktivität zur Verbesserung der Körperwahrnehmung im Zentrum (Stronski, 2018, S. 28). Auf der Mesoebene ist die Sensibilisierung von Eltern und Peer-Groups relevant (Brunner & Resch, 2015, S. 11). Letztlich ist auch die Makroebene nicht zu vernachlässigen, da in der Gesellschaft Akzeptanz für unterschiedliche körperliche Erscheinungsformen geschaffen werden sollte und eine Veränderung der körperbezogenen Schönheitsideale angestrebt werden sollte (Stronski, 2018, S. 28).

Des Weiteren ist das Aneignen von Medienkompetenzen auch für die Fachleute der Sozialen Arbeit ein wichtiger Aspekt, vor allem im Arbeitsfeld der OKJA sowie auch in der Schulsozialarbeit oder Gemeinwesenarbeit (Beringer, 2018, S. 24). Zu den Medienkompetenzen gehören die Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung. Insgesamt umfassen die Kompetenzen eine kritische Reflexion von Medien, Wissen über Medien, Wissen über die Anwendung von Medien sowie die Gestaltung von Medien und deren Inhalten (Hoffmann, 2010, S. 63-64).

## 9 Eigene Stellungnahme

Eine der leitenden Fragen der vorliegenden Arbeit bezog sich auf genderspezifische Problemlagen. Diese Frage konnte jedoch in der Arbeit nur ansatzweise beantwortet werden, da nur sehr wenig Fachliteratur zu genderspezifischen Problemlagen vorhanden ist. Dies wäre meiner Ansicht nach ein interessantes Forschungsgebiet, da sich bereits in der Wahrnehmung der Jugendlichen zeigt, dass Mädchen stärker betroffen sind von medialen körperbezogenen Schönheitsidealen. Auch Methoden zur Förderung der Medienkompetenzen sind selten genderspezifisch aufgeteilt, was meiner Meinung nach jedoch Sinn machen würde, da die Problemlagen sich unterscheiden.

Grundsätzlich ist die Förderung von Medienkompetenzen und allgemeinen Fähigkeiten im Umgang mit Medien bei Jugendlichen ein sehr wichtiges und nicht zu vernachlässigendes Thema angesichts der fortschreitenden Digitalisierung.

Ich denke, dass durch eine präventive und teils auch reaktive Förderung der Medienkompetenzen können aktuelle Problemlagen, wie die in der Arbeit aufgegriffenen sowie auch zukünftige Problemlagen bearbeitet oder sogar verhindert werden können. Ausserdem könnte durch die Arbeit mit Medien gelernt werden, zu welchen positiven Zwecken u.a. bezüglich der Identitätsbildung Medien genutzt werden können.

Zusätzlich finde ich auch die in Kapitel 7.2.3 thematisierte Gesellschaftliche Sensibilisierung in verschiedensten Hinsichten relevant, obwohl diese Makroebene in der wissenschaftlichen Literatur in Bezug zu der leitenden Fragestellung kaum vorhanden war. Die Gesellschaftliche Sensibilisierung ist aus meiner Sicht einerseits für die Veränderung der Schönheitsideale

zentral, andererseits auch, um die Wirkung von Medien auf Jugendliche gesellschaftlich präsenter zu machen sowie auch die verschiedenen Mitverantwortlichkeiten und Einflüsse von aussen bekannter zu machen.

Während der Arbeit stellte ich mir diesbezüglich und auch zu anderen Themen auch kritische Fragen. Folgende Fragen und weiterführende Gedanken bleiben noch offen aus meiner Sicht:

- Wie genau kann eine Veränderung des Schönheitsideals ausserhalb der OKJA angestrebt werden und umgesetzt werden? Denn eine Veränderung eines gesellschaftlichen Ideals fordert meiner Meinung nach Initiative von mehreren Instanzen, vor allem wenn man bedenkt, dass die Finanzierung von einer grossflächigen Sensibilisierungsarbeit in der OKJA vermutlich nicht gedeckt ist.
- Sind präventive Förderungen in Bezug zu den Medien in einem grossen Rahmen überhaupt möglich durch die schnell fortschreitende Digitalisierung und ständiger Entwicklung neuer Technologien?
- Inwiefern spielt auch die abnehmende Orientierungsfunktion unserer Gesellschaft eine zentrale Rolle im Zusammenhang mit der Vulnerabilität für ein negatives Selbstbild durch Internalisierung von Idealen und Vergleichsprozesse in den sozialen Medien?
- Fordert eine umfassende Förderung eines positiven Selbstbildes durch die Zusammenhänge mit Peer-Groups, Medien, Familie etc. nicht wesentlich mehr Ressourcen als die der Offenen Kinder- und Jugendarbeit?

Während der Arbeit hat sich ein **Diskussionsthema** ergeben bezüglich der Selbstsozialisationsinstanz Medien:

In Kapitel 3.2.1 wird auf die Medien als Sozialisationsinstanz eingegangen. Lippuner (2018) schreibt dazu, dass digitale Medien freiwillig gewählt werden, wodurch sie die Funktion einer Selbstsozialisationsinstanz haben (S. 64). Krämer (2013, S. 181) widerspricht jedoch, dass Instanzen nur sozialisationsrelevant sind, wenn sie nicht auf reiner Selbstelektion beruhen. Auch Hurrelmann (2002 zit. in Süss, 2010, S. 110) ergänzt Krämer (2013) insofern, dass er Selbstsozialisation nur als Ergänzung zu fremdgesteuerten Prozessen als fruchtbar bzw. sozialisationsrelevant bezeichnet.

Die Medienanzahl pro Haushalt nimmt in den westlichen Gesellschaften immer mehr zu (Vollbrecht, 2002, zit. in Süss, 2010, S. 110). Bei der Zuwendung von Kindern und Jugendlichen zu den Medien stellt sich dann jedoch die Frage, welche Bedingungen eine Entscheidung beeinflussen und welche Optionen überhaupt wahrgenommen werden (Kirchhöfer, 1999, zit. in Süss, 2010, S. 110). Es bleibt strittig, ob Medien eine Selbstsozialisationsinstanz sind oder nicht, da Jugendliche heutzutage fast zwangsläufig mit Medien in Kontakt kommen

und die Wahl somit wie Kirchhöfer (1999) schreibt, beeinflusst ist. Die Arbeit richtet sich jedoch nach Krämer (2013, S. 181), nachdem Medien als Selbstsozialisationsinstanz relevant sind, da sie nicht auf reiner Selektion beruhen.

## 10 Literaturverzeichnis

- Alfert, Nicole (2015). *Facebook in der Sozialen Arbeit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Avenirsocial (2010). *Berufskodex Soziale Arbeit Schweiz – Eine Argumentation für die Praxis der Professionellen*. Bern: AvenirSocial.
- Bader, Roland (2012) Soziale Netzwerke – Soziale Arbeit. *Sozial Extra* 12(9), 32-35. Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s12054-012-1010-x.pdf>
- Beringer, Barbara (2018). Social Media und Soziale Arbeit BFH Bern. Abgerufen von [https://www.alumni-sozialearbeit.bfh.ch/fileadmin/alumni/soz-bern/Dokumente/Veranstaltungen\\_2018/Präsentation\\_Soziale\\_\\_Medien\\_1.pdf](https://www.alumni-sozialearbeit.bfh.ch/fileadmin/alumni/soz-bern/Dokumente/Veranstaltungen_2018/Präsentation_Soziale__Medien_1.pdf)
- Berman, Naomi & Alexandra White (2013). Refusing the stereotype. Decoding negative gender imagery through a school-based digital media literacy program. *Youth Studies Australia* 32(4), S. 38-46. Abgerufen von <https://amariebagwell.files.wordpress.com/2014/11/gender-and-youth-studies-for-media.pdf>
- Brunner, Romuald & Resch, Franz (2015). Diätverhalten und Körperbild im gesellschaftlichen Wandel. In Stephan Herpertz, Martina de Zwaan & Stephan Zipfel (Hrsg.), *Handbuch Essstörungen und Adipositas* (2. Aufl.) (S. 9-14). Wiesbaden: Springer VS.
- Bourdieu, Pierre (1982). *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt: M. Suhrkamp.
- Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit (2018a). *Leitfaden Digitale Medien in der OKJA*. Abgerufen von [https://wiki.doj.ch/wiki/Digitale\\_Medien\\_in\\_der\\_OKJA](https://wiki.doj.ch/wiki/Digitale_Medien_in_der_OKJA)
- Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit (2018b). *Offene Kinder- und Jugendarbeit in der Schweiz – Grundlagen für Entscheidungsträger\*innen und Fachpersonen*. Abgerufen von [https://doj.ch/wp-content/uploads/Grundlagenbrosch.DOJ\\_2018\\_web.pdf](https://doj.ch/wp-content/uploads/Grundlagenbrosch.DOJ_2018_web.pdf)
- Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit (o.D.). *FG Mädchenarbeit*. Abgerufen von <https://doj.ch/aktivitaeten/fachgruppe-plattform-maedchenarbeit/>
- Daszkowski, Alexandra (2003). *Das Körperbild bei Frauen und Männern*. Baden-Baden: Teatum Verlag.
- Davison, W. Phillips. (1983). The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1–15. Abgerufen von <https://academic.oup.com/poq/article/47/1/1/1906961>
- Demmler, Kathrin & Rösch, Eike (2014). Aktive Medienarbeit in einem mediatisierten Umfeld. In Rudolf Kammerl, Alexander Unger, Petra Grell & Theo Hug (Hrsg.), *Jahrbuch Medienpädagogik* 11 (S. 191-208). Wiesbaden: Springer VS.
- Denninger, Tina (2018). *Blick auf Schönheit und Alter: Körperbilder alternder Menschen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Ecarius, Jutta, Eulenbach, Marcel, Fuchs, Thorsten & Walgenbach, Katharina (2011). *Jugend und Sozialisation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Fachhochschule Nordwestschweiz (o.D.). *Medienpädagogische Projekte*. Abgerufen von <https://www.mekis.ch/Instrumente/projekte.html>
- Fachhochschule Nordwestschweiz (o.D.). *Mediale Wirklichkeit*. Abgerufen von <https://www.mekis.ch/Instrumente/projekte/facetune.html>
- Festinger, Leon (1954). *A Theory of Social Comparison Processes*. Abgerufen von [https://www.humanscience.org/docs/Festinger%20\(1954\)%20A%20Theory%20of%20Social%20Comparison%20Processes.pdf](https://www.humanscience.org/docs/Festinger%20(1954)%20A%20Theory%20of%20Social%20Comparison%20Processes.pdf)
- Fuchs-Heinritz, Werner & König, Alexandra (2014). *Pierre Bourdieu, eine Einführung* (3., überar. Aufl.). Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Friedrichs, Henrike & Sander, Uwe (2010). Peers und Medien – die Bedeutung von Medien für den Kommunikations- und Sozialisationsprozess im Kontext von Peerbeziehungen. In Marius Haring, Oliver Böhm-Kasper, Carsten Rohlf s & Christian Parentien (Hrsg.), *Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen. Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanz* (S. 9-20). Wiesbaden: VS Verlag.
- Früchtel, Frank, Budde, Wolfgang & Cyprian, Gudrun (2011). *Sozialer Raum und Soziale Arbeit* (2., durch. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- Gesundheitsförderung Schweiz (2017). *Faktenblatt 25. Positives Körperbild bei Jugendlichen in der Schweiz*. Abgerufen von [https://gesundheitsfoerderung.ch/assets/public/documents/de/5-grundlagen/publikationen/ernaehrung-bewegung/faktenblaetter/Faktenblatt\\_025\\_GFCH\\_2017-10\\_-\\_Positives\\_Koerperbild\\_bei\\_Jugendlichen\\_in\\_der\\_Schweiz.pdf](https://gesundheitsfoerderung.ch/assets/public/documents/de/5-grundlagen/publikationen/ernaehrung-bewegung/faktenblaetter/Faktenblatt_025_GFCH_2017-10_-_Positives_Koerperbild_bei_Jugendlichen_in_der_Schweiz.pdf)
- Goldmann, Julia Elena & Herbst, Liesa (2019) Wer schön sein will... Körp ernormen und Schönheitsdiskurse in den Medien. In Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl & Viktorija Ratkovic (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht* (S. 1-11). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Gunther, Albert C. & Storey, J. Douglas (2003). The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*, 53(2), 199–215. Abgerufen von <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/53/2/199/4102885?redirectedFrom=fulltext>
- Haring, Marius, Böhm-Kasper, Oliver, Rohlf s, Carsten & Parentien, Christian (2010). Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanzen – eine Einführung in die Thematik. In Marius Haring, Oliver Böhm-Kasper, Carsten Rohlf s & Christian Parentien (Hrsg.), *Freundschaften, Cliques und Jugendkulturen. Peers als Bildungs- und Sozialisationsinstanz* (S. 9-20). Wiesbaden: VS Verlag.
- Harth, Wolfgang (2017). Was ist Schönheit? Manifest einer ästhetischen Charaktermedizin. *Der Hautarzt* 68(12), 950-958. Abgerufen von <https://link.springer.com/article/10.1007/s00105-017-4051-z>

- Hoffmann, Bernward (2010). Medienpädagogische Kompetenz in der Sozialen Arbeit. In Georg Cleppien, Ulrike Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien* (S. 55-70). Wiesbaden: VS Verlag.
- Hoffmann, Dagmar (2017). Medien. In Robert Gugutzer, Gabriele Klein & Michael Meuser (Hrsg.), *Handbuch Körpersoziologie Band 2. Forschungsfelder und Methodische Zugänge* (S. 161-174). Wiesbaden: Springer VS.
- Hoffmann, Dagmar (2018). Kinder, Jugend und Medien. In Andreas Lange, Herwig Reiter, Sabina Schutter & Christine Steiner (Hrsg.), *Handbuch Kindheits- und Jugendsoziologie* (S. 681-692). Wiesbaden: Springer VS.
- Höfel, Lea (2015). Einfluss der Psyche auf kosmetische Massnahmen. *HNO* 63(1), 22-27. Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s00106-014-2954-x.pdf>
- Ideal. (o.D.) In *DUDEN*. Abgerufen von <https://www.duden.de/rechtschreibung/Ideal>
- Institut für Jugendkulturforschung (2017). *Bodyshaming und Social Media. Fokusgruppen mit 15- bis 19-jährigen Mädchen/jungen Frauen aus Wien*. Wien.
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (2020). *ISAPS international survey on aesthetic/cosmetic procedures performed in 2018*. Abgerufen von <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-Results-2018-new.pdf>
- Jugend und Medien (2018). *Medienkompetenzen und Peer-Education/ -tutoring*. Abgerufen von [https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user\\_upload/Medienkompetenzen\\_und\\_Peer\\_Education\\_DE\\_Web.pdf](https://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user_upload/Medienkompetenzen_und_Peer_Education_DE_Web.pdf)
- Jugend und Medien (o.D). *Selbstdarstellung und Schönheitsideale*. Abgerufen von <https://www.jugendundmedien.ch/themen/selbstdarstellung-schoenheitsideale.html>
- Kasten, Erik & Kochesfahani, M. (2018). *Körperwahrnehmung, Körperideal und Körperzufriedenheit. Brasilianische und deutsche Frauen im Vergleich. Journal für Ästhetische Chirurgie*, 11(1), 30-34. Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s12631-018-0113-z.pdf>
- Klapp, Anna-Lena & Klotter, Johann Christoph (2019). *#Fitness vs. #BodyPositive—die unterschiedliche soziale Konstruktion von Gesundheit auf Instagram. Prävention und Gesundheitsförderung*, 14(04), (362-367). Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11553-019-00708-5.pdf>
- Klein, Gabriele (2010). Soziologie des Körpers. In Georg Kneer & Markus Schroer (Hrsg.), *Handbuch Spezielle Soziologien* (1. Aufl.), (S. 457-474). Wiesbaden: VS Verlag.
- Kneidinger-Müller, Bernadette (2017). Identitätsbildung in sozialen Medien. In Jan-Hinrik Schmidt & Monika Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 61-80). Wiesbaden: Springer Fachmedien.



- Kompetenz Bildung Bern (o.D.) *Digitale Medienkompetenz und Gesellschaft*. Abgerufen von <https://www.medienundsozialpaedagogik.ch/fachinhalte/digitale-medienkompetenz-und-gesellschaft>
- Krause, Johannes (2018). *Schönheitshandeln. Der Einfluss des Habitus auf die Bearbeitung des Körpers*. Wiesbaden: Springer VS.
- Krämer, Benjamin (2013). *Mediensozialisation, Theorie und Empirie zum Erwerb medienbezogener Dispositionen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Küchenhoff, Joachim & Agarwalla, Puspa (2013). *Körperbild und Persönlichkeit*. Berlin Heidelberg: Springer.
- Liebsch, Katharina (2017). Identität. In Robert Gugutzer, Gabriele Klein & Michael Meuser (Hrsg.), *Handbuch Körpersoziologie Band 1: Grundbegriffe und theoretische Perspektiven* (S. 39-44). Wiesbaden: Springer VS.
- Liebsch, Katharina (2017). Sozialisation. In Robert Gugutzer, Gabriele Klein & Michael Meuser (Hrsg.), *Handbuch Körpersoziologie Band 2: Forschungsfelder und Methodische Zugänge* (S. 275-288). Wiesbaden: Springer VS.
- Lippuner, Florian (2018). *Das Biografiespiel. Strukturelle Koppelungen und Transferprozesse im Rahmen adoleszenter Computerspielnutzung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Michels-Lucht, Felicitas, Lucht, Michael, Spitzer, Carsten & Freyberger, Harald J. (2012). Lästernerfahrungen, Körperbild und Körpergewicht bei jungen Erwachsenen. *Psychotherapeut* 05(13), 80-485. Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s00278-012-0943-7.pdf>
- Moser, Heinz (2010). *Einführung in die Medienpädagogik Aufwachsen im Medienzeitalter* (5. durch. und erw. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- Niederbacher, Arne & Zimmermann, Peter (2011). *Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter* (4. Überar. Und aktual. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nierobisch, Kira (2016). *Identitätsbildung in der Jugendarbeit. Zwischen Gemeinschaft, Individualität und Gesellschaft*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Niesyto, Horst (2007). Mediensozialisation, gesellschaftliche Medienentwicklung und Medienkritik. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 14(4), 23-46. Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/BF03379656.pdf>
- Pauli, Dagmar (2017). Grenzen der ästhetischen Medizin. Schönheitsideale im Wandel. *Ästhetische Dermatologie & Kosmetologie*, 9(06), 22-24. Abgerufen von <https://link.springer.com/article/10.1007/s12634-017-5541-9>
- Peter, Christina (2016). *Fernsehen als Zerrspiegel. Relevanz und Bedingungen sozialer Vergleichsprozesse im Rahmen der Fernsehnutzung*. Wiesbaden: Springer VS.

- Raab, Gerhard, Unger, Alexander & Unger, Fritz (2010). *Marktpsychologie Grundlagen und Anwendung* (2. überar. Aufl.). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Roth-Ebner, Caroline (2019) Medienpädagogik und Gender, Medien- und Genderkompetenz. In Johanna Dorer, Brigitte Geiger, Brigitte Hipfl & Viktorija Ratkovic (Hrsg.), *Handbuch Medien und Geschlecht* (S. 1-12). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Scheffler, Hartmut (2014). Soziale Medien. Einführung in das Thema aus Sicht der Marktforschung. In Christian König, Matthias Stahl & Erich Wiegand (Hrsg.). *Soziale Medien: Gegenstand und Instrument der Forschung* (S. 13-28). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schmidt, Friederike & Zirfas, Jörg (2020). Schönheit. In Gabriele Weiss & Jörg Zirfas (Hrsg.), *Handbuch Bildungs- und Erziehungsphilosophie* (S. 99-108). Wiesbaden: Springer VS.
- Schön. (o.D.). In *DUDEN*. Abgerufen von <https://www.duden.de/rechtschreibung/schoen#Bedeutung-1b>
- Schöne. (o.D.). In *Brockhaus Online*. Abgerufen von <https://brockhaus.de/ecs/enzy/article/schöne-20>
- Schönenberg, Katrin & Martin, Alexandra (2020). Bedeutung von Instagram und Fitspiration-Bildern für die muskeldysmorphe Symptomatik. Internalisierung des männlichen Schönheitsideals durch soziale Medien. *Psychotherapeut*, 65(2), 93-100. Abgerufen von <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s00278-020-00403-3.pdf>
- Stronski, Susanne M. (2018). Körperbild bei Mädchen und Jungen in der Pubertät. In Bernhard Stier, Nikolaus Weissenrieder, Karl Otfried Schwab (Hrsg.), *Jugendmedizin* (2. Aufl.) (S. 25-29). Wiesbaden: Springer VS.
- Statista (2020). *Anteil der Nutzer von Instagram nach Ländern weltweit 2020*. Abgerufen von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/809674/umfrage/anteil-der-nutzer-von-instagram-nach-laendern-weltweit/>
- Statista (2020). *Anteil der Instagram-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit 2020*. Abgerufen von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/809703/umfrage/instagram-nutzer-nach-alter-und-geschlecht-weltweit/>
- Süss, Daniel (2010). Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion. In Dagmar Hoffmann & Lothar Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisations-theorien Modelle und Ansätze in der Diskussion* (2. Überar. Und erw. Aufl.) (S. 109-130). Wiesbaden: VS Verlag.
- Süss, Daniel, Lampert, Claudia & Wijnen, Christine W. (2010). *Medienpädagogik Ein Studienbuch zur Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag.

- Taddicken, Monika & Schmidt, Jan-Hinrik (2017). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In Jan-Hinrik Schmidt & Monika Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 3-22). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Vollbrecht, Ralf (2014). Mediensozialisation. In Angela Tillmann, Sandra Fleischer & Kai-Uwe Hugger (Hrsg.), *Handbuch Kinder und Medien* (S. 115-124). Wiesbaden: Springer VS.
- Wagner, Ulrike (2017). Kompetenzen für soziale Medien. In Jan-Hinrik Schmidt & Monika Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 251-271). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Widmer Howald, Franziska, Schär Gmelch, Marcel & Peterseit, Marie (2018). Das Körperbild von Jugendlichen in der Schweiz – Studienergebnisse. *Praxis 107*(14) (765-771). Abgerufen von <https://econtent.hogrefe.com/doi/pdf/10.1024/1661-8157/a003016>

## 11 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ebenen der Sozialisation.....	11
Abb. 2: Faktoren zur Stärkung des Körperbilds bei Jugendlichen.....	26

## 12 Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Unterscheidungsmöglichkeiten der Dimensionen der Medienkompetenzen .....	22
Tab. 2: Prävalenz Mädchen und Jungen, die sich "zu dick fühlen" .....	28
Tab. 3: Die Rolle der Sozialen Arbeit bezüglich Medien .....	50

## 13 Abkürzungsverzeichnis

WHO	World Health Organisation
ZHAW	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
BFF	Kompetenz Bildung Bern
FHNW	Fachhochschule Nordwestschweiz
DOJ	Dachverband Offene Jugendarbeit
OKJA	Offene Kinder- und Jugendarbeit

## 14 Eigenständigkeitserklärung

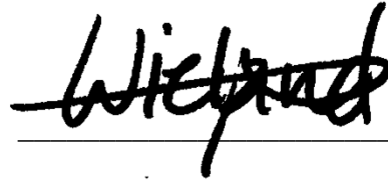
Ich erkläre hiermit:

dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe und ohne Benützung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe.

Ort, Datum:

Unterschrift:

Trübbach, 04. Oktober 2020



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wietmann', written over a horizontal line.

### Veröffentlichung Bachelorarbeit

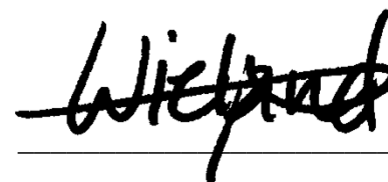
Ich bin damit einverstanden, dass meine Bachelor Thesis bei einer Bewertung mit der Note 5.5 oder höher, für die Wissensplattform Ephesos zur Verfügung gestellt wird.

X ja  nein

Ort, Datum:

Unterschrift:

Trübbach, 04. Oktober 2020



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wietmann', written over a horizontal line.