

## **Bachelor-Arbeit**

Ausbildungsgänge: Sozialarbeit / Sozialpädagogik

Kurse: SA VZ1801 / SP VZ1801

**Namen: Angela Hunn und Chiara Molinari**

## **Haupttitel BA: Jugendliche zwischen Ideal und Realität**

**Untertitel BA: Auswirkungen von Schönheitsidealen in den sozialen Medien auf die Körperwahrnehmung von Jugendlichen und daraus resultierende Handlungsmöglichkeiten für die Schulsozialarbeit**

Diese Arbeit wurde am 16. August 2021 an der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit eingereicht. Für die inhaltliche Richtigkeit und Vollständigkeit wird durch die Hochschule Luzern keine Haftung übernommen.

---

Studierende räumen der Hochschule Luzern Verwendungs- und Verwertungsrechte an ihren im Rahmen des Studiums verfassten Arbeiten ein. Das Verwendungs- und Verwertungsrecht der Studierenden an ihren Arbeiten bleibt gewahrt (Art. 34 der Studienordnung).

---

Studentische Arbeiten der Hochschule Luzern – Soziale Arbeit werden unter einer Creative Commons Lizenz im Repositorium veröffentlicht und sind frei zugänglich.

---

Originaldokument gespeichert auf LARA – Lucerne Open Access Repository and Archive der Zentral- und Hochschulbibliothek Luzern



Dieses Werk ist unter einem  
Creative Commons Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Keine Bearbeitung 3.0 Schweiz Lizenzvertrag  
lizenziert.

Um die Lizenz anzuschauen, gehen Sie bitte zu <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ch/>  
Oder schicken Sie einen Brief an Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California  
95105, USA.

#### Urheberrechtlicher Hinweis

Dieses Dokument steht unter einer Lizenz der Creative Commons Namensnennung-Keine kommerzielle  
Nutzung-Keine Bearbeitung 3.0 Schweiz <http://creativecommons.org/>

Sie dürfen:



**Teilen** — das Material in jedwedem Format oder Medium vervielfältigen und weiterverbreiten  
Zu den folgenden Bedingungen:



**Namensnennung** — Sie müssen angemessene Urheber- und Rechteangaben machen, einen Link zur  
Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Diese Angaben dürfen in jeder  
angemessenen Art und Weise gemacht werden, allerdings nicht so, dass der Eindruck entsteht, der Lizenzgeber  
unterstütze gerade Sie oder Ihre Nutzung besonders.



**Nicht kommerziell** — Sie dürfen das Material nicht für kommerzielle Zwecke nutzen.



**Keine Bearbeitungen** — Wenn Sie das Material remixen, verändern oder darauf anderweitig direkt  
aufbauen dürfen Sie die bearbeitete Fassung des Materials nicht verbreiten.  
Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt,  
mitteilen.

Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers  
dazu erhalten.

Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte nach Schweizer Recht unberührt.

Eine ausführliche Fassung des Lizenzvertrags befindet sich unter <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ch/legalcode.de>

### **1.1.1 Vorwort der Schulleitung**

Die Bachelor-Arbeit ist Bestandteil und Abschluss der beruflichen Ausbildung an der Hochschule Luzern, Soziale Arbeit. Mit dieser Arbeit zeigen die Studierenden, dass sie fähig sind, einer berufsrelevanten Fragestellung systematisch nachzugehen, Antworten zu dieser Fragestellung zu erarbeiten und die eigenen Einsichten klar darzulegen. Das während der Ausbildung erworbene Wissen setzen sie so in Konsequenzen und Schlussfolgerungen für die eigene berufliche Praxis um.

Die Bachelor-Arbeit wird in Einzel- oder Gruppenarbeit parallel zum Unterricht im Zeitraum von zehn Monaten geschrieben. Gruppendynamische Aspekte, Eigenverantwortung, Auseinandersetzung mit formalen und konkret-subjektiven Ansprüchen und Standpunkten sowie die Behauptung in stark belasteten Situationen gehören also zum Kontext der Arbeit.

Von einer gefestigten Berufsidentität aus sind die neuen Fachleute fähig, soziale Probleme als ihren Gegenstand zu beurteilen und zu bewerten. Sozialarbeiterisches und sozialpädagogisches Denken und Handeln ist vernetztes, ganzheitliches Denken und präzises, konkretes Handeln. Es ist daher naheliegend, dass die Diplomandinnen und Diplomanden ihre Themen von verschiedenen Seiten beleuchten und betrachten, den eigenen Standpunkt klären und Stellung beziehen sowie auf der Handlungsebene Lösungsvorschläge oder Postulate formulieren.

Ihre Bachelor-Arbeit ist somit ein wichtiger Fachbeitrag an die breite thematische Entwicklung der professionellen Sozialen Arbeit im Spannungsfeld von Praxis und Wissenschaft. In diesem Sinne wünschen wir, dass die zukünftigen Sozialarbeiter\*innen und Sozialpädagog\*innen mit ihrem Beitrag auf fachliches Echo stossen und ihre Anregungen und Impulse von den Fachleuten aufgenommen werden.

Luzern, im August 2021

Hochschule Luzern, Soziale Arbeit  
Leitung Bachelor

## Abstract

In der vorliegenden Bachelorarbeit befassen sich die beiden Autorinnen Angela Hunn und Chiara Molinari mit den Auswirkungen, welche die vermittelten Schönheitsideale in den sozialen Medien auf die Körperwahrnehmung von Jugendlichen haben. Der Fokus liegt hierbei auf dem sozialen Netzwerk Instagram. In dieser Arbeit soll zudem die Wichtigkeit der Schulsozialarbeit betont werden, um diese Thematik mit den Jugendlichen entsprechend zu bearbeiten. Zu Beginn wird untersucht, welche Schönheitsideale der westlichen Gesellschaft auf Instagram aktuell vorherrschen. Im Anschluss wird aufgezeigt, wie sich diese präsenten Schönheitsideale auf Jugendliche und ihre Körperwahrnehmung auswirken können. Es wird zudem der Frage nachgegangen, was unter einem positiven Körperbild verstanden wird und wie dieses bei Jugendlichen unterstützt werden kann. Anschliessend wird die Schulsozialarbeit als Handlungsfeld der Sozialen Arbeit und dessen Aufgaben und Prinzipien vorgestellt sowie Möglichkeiten aufgezeigt, wie die Schulsozialarbeit durch präventive und intervenierende Massnahmen Jugendliche dabei unterstützen kann, ein positives Körperbild und einen differenzierten Umgang mit gegenwärtigen Schönheitsidealen in den sozialen Medien zu entwickeln. Für die Bearbeitung dieser Themen mit Jugendlichen haben die Autorinnen anhand unterschiedlicher Übungen und spielerischen Methoden eine Ideensammlung für Schulsozialarbeitende erstellt, welche im Rahmen eines Workshops im Kontext der Schule durchgeführt werden können. Dadurch soll eine Sensibilisierung der Jugendlichen stattfinden, sodass sie einen differenzierten Umgang mit Schönheitsidealen und deren Auswirkungen auf die eigene Körperwahrnehmung erlernen.

## Dank

Es ist uns ein Bedürfnis, zu Beginn dieser Bachelorarbeit ein paar kurze Dankesworte für diejenigen zu verfassen, die uns während dem Schreiben der Bachelorarbeit fachlich und persönlich unterstützt haben.

Wir möchten uns zuerst bei unseren Mitstudierenden und Dozierenden bedanken, welche uns während des Bachelorkolloquiums wertvolles und konstruktives Feedback zu unserer Disposition gegeben haben.

Weiter bedanken wir uns bei Lucas Haack, für die fachliche Begleitung während der Verfassung der Bachelorarbeit. Wir bedanken uns für die hilfreichen und anregenden Begleitpersonengespräche, welche für den Schreibprozess unserer Bachelorarbeit eine wichtige Orientierungshilfe darstellten.

Ein herzliches Dankeschön geht auch an alle unsere Familienangehörigen und Freund\*innen, die uns während der Bachelorarbeit aktiv unterstützt und motiviert haben.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mitgliedschaft bei sozialen Netzwerken (Bernath et al., 2020, S. 30).....	24
Abbildung 2: Krankheits- und Gesundheitsmodelle (Claudia Meier Magistretti, 2020).....	40
Abbildung 3: Biopsychosoziales Modell (Psychiatrie-Dienste Süd, ohne Datum) .....	40
Abbildung 4: Eigene Darstellung Präventionsarten .....	41
Abbildung 5: Soziale Arbeit in der Schule (Gschwind et. al., 2014, S. 44).....	43
Abbildung 6: Instagram Post vom 05. August 2020 .....	51
Abbildung 7: Instagram Post vom 21. Oktober 2020.....	52
Abbildung 8: Instagram Post vom 07. Februar 2021 .....	52

# Inhaltsverzeichnis

Abstract .....	III
Dank .....	IV
Abbildungsverzeichnis.....	V
1 Einleitung .....	1
1.1 Ausgangslage .....	1
1.2 Persönliche Motivation.....	2
1.3 Adressat*innenschaft .....	3
1.4 Abgrenzungen und Fokus .....	3
1.5 Zielsetzung und Fragestellungen .....	4
1.6 Methodisches Vorgehen .....	5
1.7 Aufbau der Arbeit .....	6
2 Begriffsdefinitionen .....	7
2.1 Soziale Medien.....	7
2.1.1 Instagram .....	8
2.2 Schönheit .....	9
2.3 Schönheits- und Körperideal.....	9
2.4 Jugendbegriff .....	10
2.5 Adoleszenz .....	10
2.6 Körperwahrnehmung.....	11
2.7 Körperbild .....	11
2.8 Schulsozialarbeit .....	11
3 Schönheitsideale und soziale Medien.....	11
3.1 Zentrale Funktionen sozialer Medien .....	12
3.2 Influencer*innen.....	12
3.3 Funktionen und Merkmale von Instagram .....	13
3.4 Das westliche Schönheitsideal des 21. Jahrhunderts .....	14
3.4.1 Schlankheit.....	14
3.4.2 Jugendlichkeit .....	15
3.4.3 Fitness .....	16
3.4.4 Authentizität .....	16
3.5 Schönheitsideale in den sozialen Medien.....	16
3.5.1 Thin-Ideal .....	17
3.5.2 Athletic-Ideal.....	18
3.5.3 Curvy-Ideal .....	18
4 Lebensphase der Adoleszenz und digitaler Medienkonsum Jugendlicher .....	19
4.1 Entwicklungsaufgaben in der Adoleszenz.....	19

4.1.1	Entwicklungsaufgaben Jugendlicher heute .....	20
4.1.2	Identitätsfindung als zentrale Entwicklungsaufgabe des Jugendalters .....	20
4.2	Das Selbst .....	20
4.3	Selbstkonzept und Selbstwert .....	21
4.3.1	Das Selbstkonzept .....	21
4.3.2	Der Selbstwert .....	22
4.4	Zusammenhang zwischen sozialen Medien und Entwicklungsaufgaben .....	23
4.5	Digitaler Medienkonsum von Jugendlichen.....	23
4.5.1	Veränderungen des Medienkonsums Jugendlicher in der Schweiz .....	24
4.5.2	Nutzung sozialer Medien von Jugendlichen in der Schweiz .....	24
5	Die Bedeutung sozialer Medien für Jugendliche .....	25
5.1	Medialer Einfluss auf die Identität.....	26
5.1.1	Identität auf sozialen Medien .....	26
5.2	Mediale Vermittlung von Körperidealen .....	27
5.3	Impression Management in den sozialen Medien.....	28
5.3.1	Selbstdarstellung von Influencer*innen auf Instagram.....	28
5.4	Theorie des sozialen Vergleichs.....	29
5.4.1	Der soziale Vergleich in den sozialen Medien .....	30
5.5	Einflüsse sozialer Medien auf Jugendliche .....	31
5.5.1	Körperwahrnehmung.....	31
5.5.2	Einfluss sozialer Medien auf die Körperwahrnehmung.....	32
5.5.3	Körperwahrnehmung und Körpersozialisation bei Jugendlichen .....	33
5.6	Positive Auswirkungen von sozialen Medien.....	33
6	Das Körperbild.....	34
6.1	Das eigene Körperbild.....	34
6.1.1	Perzeptive Komponente – Wahrnehmung .....	35
6.1.2	Kognitive Komponente – Denken .....	35
6.1.3	Affektive Komponente – Gefühle .....	35
6.1.4	Behaviorale Komponente – Verhalten.....	35
6.2	Das Körperbild bei Jugendlichen.....	35
6.3	Negatives Körperbild.....	36
6.4	Neutrales Körperbild.....	36
6.5	Positives Körperbild .....	36
6.5.1	Entwicklung eines positiven Körperbilds .....	37
6.5.2	Body-Positivity-Bewegung .....	38
7	Schulsozialarbeit und ihre Aufgaben und Prinzipien .....	39
7.1	Funktionen der Sozialen Arbeit in der Schule.....	39
7.1.1	Prävention.....	41

7.1.2	Konzept Früherkennung und Frühintervention.....	42
7.1.3	Früherkennung und Frühintervention in der Schule .....	42
7.1.4	Behandlung von (bio-)psychosozialen Problemen .....	42
7.2	Grundprinzipien der Sozialen Arbeit in der Schule.....	43
7.2.1	Lebensweltorientierung.....	44
7.2.2	Niederschwelligkeit.....	44
7.2.3	Systemisch-lösungsorientiertes Arbeiten .....	44
7.2.4	Diversität.....	45
7.2.5	Partizipation.....	45
8	Interventionsmöglichkeiten für die Schulsozialarbeit .....	46
8.1	Auftragsklärung der Schulsozialarbeit .....	46
8.2	Workshop.....	47
8.2.1	Selbstreflexion .....	48
8.2.2	Soziometrische Aufstellung zum Thema Schönheitsideal und Körperbild .....	48
8.2.3	Instagram vs. Realität.....	49
8.2.4	Influencer*innen kritisch hinterfragen .....	49
8.2.5	Positive Influencer*innen vorstellen .....	50
8.2.6	Was ist schön an mir? .....	53
8.3	Förderung der Medienkompetenzen bei Jugendlichen.....	54
8.3.2	Vermittlung von Medienkompetenzen.....	55
9	Schlussenteil.....	56
9.1	Beantwortung der Fragestellungen .....	56
9.1.1	Welche Schönheitsideale der westlichen Gesellschaft sind auf Instagram präsent? .....	57
9.1.2	Welche Auswirkungen können die auf Instagram präsenten gesellschaftlichen Vorstellung von «Schönheit» auf die Körperwahrnehmung Jugendlicher haben? .....	58
9.1.3	Was wird unter einem positiven Körperbild verstanden und wie kann dies bei Jugendlichen unterstützt werden? .....	60
9.1.4	Welche Möglichkeiten zur Intervention und Prävention bestehen für die Schulsozialarbeit, um Jugendliche in der Entwicklung eines positiven Körperbildes und kritischeren Umgangs mit sozialen Medien zu unterstützen? .....	61
9.2	Unterschiede in den Geschlechtern.....	63
9.3	Blick in die Zukunft.....	63
9.4	Schlusswort .....	64
10	Literaturverzeichnis .....	65

# 1 Einleitung

In diesem Kapitel wird zunächst die Ausgangslage der vorliegenden Bachelorarbeit beschrieben. Anschliessend wird die persönliche Motivation der beiden Autorinnen erläutert und die Ziele werden benannt. Danach wird die Adressat\*innenschaft sowie der Fokus dieser Bachelorarbeit definiert. Im Anschluss werden die Fragestellungen und deren Zwecke erläutert. Des Weiteren wird das methodische Vorgehen beschrieben, welches für die Untersuchung der Fragestellungen angewandt wurde. Schliesslich gibt dieses Kapitel einen Einblick in den Aufbau der Arbeit, um der Leserschaft einen möglichst einfachen Überblick zu erlauben.

## 1.1 Ausgangslage

Die virtuelle Welt der sozialen Netzwerke nimmt im Alltag vieler Menschen immer mehr Platz ein, besonders bei der jüngeren Generation. Jugendliche wachsen in einer Welt auf, in der das Internet und die Nutzung sozialer Medien eine Selbstverständlichkeit ist. Die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaft (ZHAW) untersucht in Zusammenarbeit mit der Swisscom AG alle zwei Jahre den Medienumgang von den 12- bis 19-jährigen Jugendlichen in der Schweiz. Im Jahre 2020 wurde die sogenannte JAMES-Studie erneut durchgeführt (Jael Bernath, Lilian Suter, Gregor Waller, Isabel Willemse, Céline Külling & Daniel Süss, 2020, S. 9).

Laut der JAMES-Studie hatten im Jahr 2020 ganze 98% der Jugendlichen in der Schweiz mindestens bei einem sozialen Netzwerk ein Profil. Rund 65% davon nutzen die Plattform Instagram täglich (Bernath et al., 2020, S. 39).

Der gesteigerte Medienkonsum kann unter anderem die Wahrnehmung der Jugendlichen beeinflussen. Dadurch erkennen sie den Unterschied zwischen Realität und der virtuellen Welt immer weniger. Das gesellschaftliche Schönheitsideal der westlichen Welt taucht in den sozialen Medien wie beispielsweise auf Instagram kontinuierlich auf. Jugendliche, die also mehrere Stunden am Tag auf dieser Plattform verbringen, sind fortlaufend damit konfrontiert.

In den letzten Jahren haben sich in den sozialen Medien neue Schönheits- und Körperideale entwickelt. Vereinzelt Körperideale sind besonders stark in den sozialen Medien vertreten. Es stellt sich die Frage, wie sich diese repräsentierten Körpertypen in den sozialen Medien auf Jugendliche und ihre Körperwahrnehmung auswirken. Hier setzt die Idee dieser Bachelorarbeit an. Es wird untersucht, inwieweit der Konsum von sozialen Medien, mit dem Fokus auf das soziale Netzwerk Instagram, Auswirkungen auf die Körperwahrnehmung von Jugendlichen hat.

Durch die vorliegende Fachliteraturarbeit möchten die beiden Autorinnen anhand diverser fachlicher Ausführungen und Recherchen das aktuelle, auf Instagram präsente Schönheitsideal der westlichen Gesellschaft überprüfen. Daraufhin werden die Auswirkungen dessen auf Jugendliche und ihre Körperwahrnehmung untersucht. In einem nächsten Schritt wird der Frage nachgegangen, was unter einem positiven Körperbild verstanden wird und wie dieses bei Jugendlichen unterstützt werden kann. Im Anschluss wird einzelnen Präventions- und Interventionsmöglichkeiten für Schulsozialarbeitende nachgegangen, um Jugendliche in der Entwicklung eines positiven Körperbildes und kritischeren Umgangs mit sozialen Medien zu unterstützen. Dabei werden Übungen und Methoden vorgestellt, welche Schulsozialarbeitende im Rahmen eines Workshops mit Jugendlichen umsetzen können, sodass sie einen sensibilisierten Umgang mit sozialen Medien und darin präsentierten Schönheitsidealen kennenlernen.

## 1.2 Persönliche Motivation

Soziale Netzwerke wie Instagram sind in der heutigen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Auch die Autorinnen besitzen ein Instagram-Profil und benutzen diese Plattform täglich. Beim Verwenden von Instagram bekommen die Nutzenden lauter idealisierte Bilder zu sehen. Während die einen sich mit einem durchtrainierten Körper beim Sport fotografieren, präsentieren die anderen, wie gesund sie sich ernähren. Die Autorinnen gehen davon aus, dass solche Inhalte bei den einen Gefühle wie Bewunderung und Motivation hervorrufen, bei anderen aber auch zu einem verringerten Selbstwertgefühl sowie zu einer Körperunzufriedenheit und weiteren negativen Auswirkungen führen können.

Da sich die Autorinnen selbst noch sehr gut an ihre eigene Jugend erinnern können, sind sie sich bewusst, wie stark soziale Netzwerke in dieser Lebensphase die Körperzufriedenheit beeinflussen können. Vor allem Jugendliche neigen dazu, sich mit anderen Menschen zu vergleichen. Das ist normal – kann aber problematisch werden, wenn daraus Minderwertigkeitsgefühle und ein negatives Körperbild resultieren. Besonders schwerwiegend sind Vergleiche, wenn sie auf unrealistischen Schönheitsidealen basieren.

In Anbetracht der unterschiedlichen Auswirkungen der gegenwärtigen Schönheitsideale auf Instagram möchten die Autorinnen durch die vorliegende Bachelorarbeit dieses Thema aufarbeiten und Möglichkeiten ableiten, wie die Schulsozialarbeit durch präventive und intervenierende Massnahmen Jugendliche in ihrem Medienkonsum unterstützen kann. Dazu gehören Angebote zur Stärkung der Selbstakzeptanz und des Selbstwerts. Zudem soll die

Schulsozialarbeit die Jugendlichen gezielt bei der Förderung ihrer Medienkompetenzen unterstützen, um einen kritischeren Umgang mit den sozialen Medien und deren gängigen Schönheitsidealen zu erhalten.

### 1.3 Adressat\*innenschaft

Die vorliegende Bachelorarbeit soll die Auswirkungen von gegenwärtigen Schönheitsidealen auf Jugendliche, welche auf sozialen Netzwerken wie Instagram zu sehen sind, darlegen. Zugleich soll sie Unterstützungsmöglichkeiten für die Schulsozialarbeit bezüglich der Thematik Körperwahrnehmung von Jugendlichen aufzeigen und richtet sich somit an:

- Schulsozialarbeitende und andere Fachpersonen der Sozialen Arbeit
- Studierende und Dozierende an Hochschulen für Soziale Arbeit
- Sonstige Interessierte

### 1.4 Abgrenzungen und Fokus

Diese Bachelorarbeit befasst sich mit den aktuellen Schönheitsidealen, welche Jugendliche auf Instagram wahrnehmen, deren Auswirkungen auf ihre Körperwahrnehmung und die Rolle der Schulsozialarbeit bezüglich dieser Thematik. Laut der JAMES-Studie, welche im Jahr 2020 durchgeführt wurde, sind ungefähr 93% der Schweizer Jugendlichen auf dem sozialen Netzwerk Instagram angemeldet. Gleichzeitig gilt Instagram seit 2018 als die beliebteste App auf dem Smartphone bei Jugendlichen (Bernath et al., 2020, S. 34-35). Aufgrund dieser Forschungsergebnisse wird in dieser Bachelorarbeit ausschliesslich auf das soziale Netzwerk Instagram detaillierter Bezug genommen und aufgezeigt, welche Schönheitsideale Jugendliche dort antreffen könnten. Teilweise werden in der vorliegenden Bachelorarbeit auch allgemeine Aussagen über soziale Netzwerke gemacht, die nicht spezifisch für Instagram gelten, sondern umfassend sind.

Der Fokus liegt zudem auf den aktuellen Schönheitsidealen der westlichen Gesellschaft. Damit sind europäische und nordamerikanische Staaten gemeint. Diese Differenzierung wird gemacht, weil die Kulturen dieser Staaten gemeinsame Werte aufzeigen und in Bezug auf das Schönheitsideal ähnliche Zustände zu erkennen sind. Die Autorinnen haben Schönheitsideale anderer, nicht-westlicher Kulturen, nicht untersucht. Auch die Entstehung von Schönheitsidealen und deren Entwicklung über die letzten Jahre sind nicht Gegenstand der vorliegenden Bachelorarbeit.

Des Weiteren werden Differenzierungen zwischen dem weiblichen und dem männlichen Schönheitsideal näher beleuchtet. Natürlich gibt es nicht nur zwei Geschlechtsidentitäten, sondern eine Vielfalt von sozialen Geschlechtern. Nicht alle Menschen können oder wollen sich mit dem Geschlecht identifizieren, dem sie bei ihrer Geburt aufgrund körperlicher Merkmale zugeordnet wurden. Da es jedoch den Rahmen dieser Bachelorarbeit sprengen würde, die unterschiedlichen Schönheitsideale der einzelnen Geschlechter und Geschlechtsidentitäten zu untersuchen, liegt der Fokus ausschliesslich auf den biologischen Geschlechtern weiblich und männlich.

Ein weiterer Fokus dieser Bachelorarbeit sind Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren. Die Jugendlichen befinden sich in diesem Alter laut dem Psychoanalytiker Erik H. Erikson in der Adoleszenz (Erik H. Erikson, 1973, zit. in Robert Gugutzer, 2002, S. 25). In dieser Lebensphase gehört die Entwicklung einer eigenen Identität zu einer zentralen Aufgabe. Während der Identitätsentwicklung können gesellschaftliche Normen und Werte verstärkt Einfluss auf Jugendliche nehmen (ebd.). Deshalb erachten es die Autorinnen als besonders interessant zu untersuchen, wie stark sich Schönheitsideale in den sozialen Medien auf die Körperwahrnehmung dieser Altersgruppe auswirken.

Neben den oben beschriebenen Abgrenzungen werden schönheitsmedizinische Eingriffe ebenfalls nicht differenziert beschrieben. Auch eine umfassende Auseinandersetzung mit Krankheitsbildern, welche die Körperwahrnehmung betreffen, wie beispielsweise Essstörungen und psychische Erkrankungen, würden den Rahmen dieser Bachelorarbeit sprengen.

## 1.5 Zielsetzung und Fragestellungen

Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit ist es, aufzuzeigen, welche Unterstützungsmöglichkeiten die Schulsozialarbeit hat, um Jugendliche dabei zu befähigen, einen kritischeren Umgang mit Schönheitsidealen auf sozialen Medien, insbesondere auf Instagram, zu entwickeln. Zudem soll diese Bachelorarbeit Schulsozialarbeitende darauf sensibilisieren, welche Auswirkungen Schönheitsideale im Internet auf die Körperwahrnehmung von Jugendlichen haben können. Ebenfalls soll aufgezeigt werden, wie sie die Jugendlichen dabei unterstützen können, ein positives Körperbild zu entwickeln.

Anhand der Zielsetzung der vorliegenden Bachelorarbeit lassen sich vier zentrale Fragestellungen ableiten, wobei Letztere die Hauptfrage bildet:

- Welche Schönheitsideale der westlichen Gesellschaft sind auf Instagram präsent?

- Welche Auswirkungen können die auf Instagram präsenten gesellschaftlichen Vorstellung von «Schönheit» auf die Körperwahrnehmung Jugendlicher haben?
- Was wird unter einem positiven Körperbild verstanden und wie kann dies bei Jugendlichen unterstützt werden?
- Welche Möglichkeiten zur Intervention und Prävention bestehen für die Schulsozialarbeit, um Jugendliche in der Entwicklung eines positiven Körperbildes und kritischeren Umgangs mit sozialen Medien zu unterstützen?

## 1.6 Methodisches Vorgehen

Den Fragestellungen der vorliegenden Bachelorarbeit wurde in Form einer Fachliteraturarbeit nachgegangen. Dazu wurden Fachliteratur aus den Sozialwissenschaften, der Entwicklungspsychologie und aus der Sozialen Arbeit, sowie empirische Forschungsergebnisse hinzugezogen. Nach dem Festlegen der Thematik und den damit verbundenen Fragestellungen wurde anschliessend eine systematische Literaturrecherche vorgenommen. Im Rahmen der systematischen Literaturrecherche wurden aktuelle und relevante Literatur sowie Forschungsergebnisse zur Thematik identifiziert. Die Hauptquelle dieser Forschungsergebnisse bildete die JAMES-Studie vom Jahr 2020, welche alle zwei Jahre den Medienumgang von Jugendlichen in der Schweiz darlegt. Die relevante Literatur wurde anhand bestimmter und zentraler Suchbegriffe und Schlüsselwörter erörtert. Mit den folgenden Schlüsselwörtern wurde nach passender Literatur und empirischer Forschung gesucht: Schönheit, Schönheitsideale, soziale Medien, Jugendliche, Adoleszenz, Körperbild und Körperwahrnehmung, sowie Schulsozialarbeit, Prävention und Intervention. Passende wissenschaftliche Texte wurden vor allem auf der schweizerischen Bibliotheksplattform Swiss Library Service Platform (swisscovery) vorgefunden sowie im Internet über die wissenschaftliche Suchmaschine Google Scholar. Die entsprechende Literatur stammt grösstenteils aus dem deutschsprachigen Raum, wobei gewisse empirische Forschungsergebnisse aus dem englischsprachigen Raum sind. In einem nächsten Schritt wurde untersucht, ob sich die entsprechende Literatur für die Untersuchung der Fragestellungen eignet. Es wurde somit analysiert, welche Literatur und welche Forschungsergebnisse sich bei der Beantwortung der Fragestellungen als verwertbar erwiesen. Dabei haben sich die Autorinnen für unterschiedliche Materialien entschieden. Diese bestanden aus Fachbüchern, Fachzeitschriften, Berichten, Internetseiten sowie Statistiken und Ergebnissen aus empirischen Studien. Nach dem Sammeln und Festlegen der relevanten Literatur hat eine kritische Auseinandersetzung mit den verschiedenen Texten stattgefunden. In diesem Schritt wurde die relevante Literatur zu Beginn quergelesen, die wichtigsten Textstellen markiert und

zusammengefasst. Danach wurde überprüft, in welchem Zusammenhang zu der Thematik der Bachelorarbeit die jeweilige Literatur verwendet werden konnte. Dies wurde ebenfalls zusammenfassend festgehalten und passend den jeweiligen Kapiteln der Bachelorarbeit angefügt, was schliesslich gefolgt von der Weiterverarbeitung der Literatur im Rahmen des Schreibprozesses zu den Ergebnissen dieser Bachelorarbeit geführt hat.

Es ist anzumerken, dass eine Fachliteraturarbeit eine begrenzte Untersuchung der Thematik ermöglicht, da ausschliesslich von bereits bestehender Literatur und empirischen Studien ausgegangen wird. Trotzdem erwies sich diese Methode als besonders passend, da zu dieser Thematik bereits umfangreiche Literatur vorhanden ist und aktuelle empirische Studien vorliegen, was eine systematische und kritische Auseinandersetzung sowie einen Erkenntnisgewinn ermöglichte.

## 1.7 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Bachelorarbeit gliedert sich in zehn Kapitel. Nach der Einleitung werden im Kapitel 2 die zentralen Begrifflichkeiten dieser Bachelorarbeit definiert. Anschliessend befasst sich das Kapitel 3 mit den Aspekten Schönheitsideale und soziale Medien, wobei das Schönheitsideal der westlichen Gesellschaft anhand spezifischer Merkmale aufgezeigt und mit den vorherrschenden Schönheitsidealen auf dem sozialen Netzwerk Instagram in Verbindung gebracht wird. Im nächsten Kapitel wird auf die Lebensphase der Adoleszenz eingegangen und wichtige Entwicklungsaufgaben von Jugendlichen in Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Medien gebracht. Auch der veränderte Medienkonsum von Jugendlichen in der Schweiz wird in diesem Kapitel näher beleuchtet. Das Kapitel 5 befasst sich mit den Chancen, Risiken und Auswirkungen, welche die Nutzung sozialer Medien für Jugendliche mit sich bringen. Dabei wird konkret auf die Auswirkung von Schönheitsidealen auf sozialen Netzwerken wie Instagram in Bezug auf die Körperwahrnehmung Jugendlicher eingegangen. Anschliessend folgt das Kapitel 6, wobei der Fokus auf dem Thema Körperbild liegt. Es werden unterschiedliche Aspekte des eigenen Körperbildes beleuchtet und darauf eingegangen, was unter einem positiven Körperbild verstanden wird und wie dieses im Jugendalter unterstützt werden kann. Das Kapitel 7 untersucht die verschiedenen Aufgaben und Prinzipien der Schulsozialarbeit. Hierbei werden die Funktionen sowie die Grundprinzipien der Schulsozialarbeit beleuchtet, wobei auf den Präventions- und Interventionsauftrag dieses Berufsfelds näher eingegangen wird. Dieses Kapitel bildet die Grundlage für das letzte theoretische Kapitel dieser Bachelorarbeit, wo die Rolle der Schulsozialarbeit in Bezug auf die erarbeiteten Themen fokussiert wird. Dabei werden verschiedene Interventionsmöglichkeiten zum Thema Schönheitsideale auf sozialen Medien

beschrieben. Die Autorinnen stellen unterschiedliche Methoden und Übungen vor, welche in Form eines Workshops mit Jugendlichen umgesetzt werden können. Zudem wird auch auf die Wichtigkeit der Medienkompetenzförderung Jugendlicher eingegangen. Diese Interventionsmöglichkeiten sollen Schulsozialarbeitende als Empfehlung für die berufliche Praxis dabei unterstützen, Jugendliche bei einem differenzierten Umgang mit diesen Themen zu sensibilisieren.

Nebst den theoretischen Kapiteln zu den einzelnen Themenfeldern der Fragestellungen soll die Einleitung einen ersten Überblick über die vorliegende Bachelorarbeit verschaffen. Der Schlussteil, welcher die Beantwortung der Fragestellungen beinhaltet, wird zudem weitere relevante Schlussfolgerungen für die berufliche Praxis beleuchten, worauf ein kurzer Blick in die Zukunft diese Bachelorarbeit abrundet.

## 2 Begriffsdefinitionen

Begrifflichkeiten werden unterschiedlich definiert und bewertet. Um eine umfassende Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Themen führen zu können, ist es wichtig, dass Klarheit über zentrale Begriffe der folgenden Bachelorarbeit besteht. Somit folgen nun Definitionen zu den relevanten Begrifflichkeiten.

### 2.1 Soziale Medien

Der Begriff der sozialen Medien stammt vom englischen Begriff «social media» ab und bezeichnet eine Vielzahl von digitalen Anwendungen. Laut Jan-Hinrik Schmidt und Monika Taddicken (2017) ermöglicht dieses Angebot den Menschen, verschiedenste Informationen digital abzurufen sowie anderen zugänglich zu machen. Ebenfalls werden die sozialen Medien genutzt, um bestehende Beziehungen zu pflegen oder neue Kontakte zu knüpfen (S. 4). Schmidt und Taddicken (2017) betonen, dass der kommunikative Austausch und die soziale Interaktion ein zentrales Ziel der sozialen Medien darstellen (S. 5).

Zu den sozialen Medien gehören internetbasierte Plattformen, die der Zusammenarbeit und dem Austausch dienen (Jan-Hinrik Schmidt, 2013, S. 8). Diese haben gemeinsam, dass die Nutzenden auf einer bestimmten Plattform im Internet sowohl über Nachrichten, Kommentare und Bilder kommunikativ interagieren als auch aktiv an der Gestaltung medialer Inhalte teilnehmen können (Claudia Lampert, Jan-Hinrik Schmidt & Wolfgang Schulz, 2009, S. 9-10).

Der Begriff «soziale Medien» ist ein breiter Begriff, der soziale Netzwerke umfasst. In der Literatur werden die beiden Begriffe «soziale Medien» und «soziale Netzwerke» von Autor\*innen oft abwechselnd und wahlweise verwendet, weshalb dies auch in der vorliegenden Bachelorarbeit von den Autorinnen so gehandhabt wird.

### 2.1.1 Instagram

Instagram ist ein kostenloses soziales Netzwerk, welches 2010 von Kevin Systrom und Mike Krieger gegründet und 2012 von Facebook übernommen wurde (Kristina Kobilke, 2016, S. 14). Diese speziell für Smartphones entwickelte App gehört zu den grössten sozialen Netzwerken der Welt. Sogenannte «Instagrammer\*innen», wie die Benutzer\*innen dieses sozialen Netzwerks genannt werden, kommunizieren lebhaft auf dieser App über ihren Alltag mittels Bilder und Videos. Für die Nutzung von Instagram wird ein Account benötigt. Dieser kann entweder mit einem bestehendem Facebook-Profil oder einer E-Mail-Adresse erstellt werden. Auf dieser Plattform können die Nutzenden dann ein eigenes Profil erstellen, welches aus einem Profilbild, einem Nutzernamen sowie einer kurzen Biografie besteht. Die Nutzenden können sich gegenseitig auf Instagram folgen, Fotos und Videos bearbeiten und teilen sowie die Fotos und Videos von anderen liken und kommentieren. Diese Inhalte werden auf der sogenannten Timeline bzw. Startseite von Instagram angezeigt. Die eigenen Beiträge, die auf Instagram hochgeladen werden, bleiben auf dem Profil gespeichert, können aber jederzeit selbst gelöscht werden. Zudem können die Nutzenden bei den Einstellungen von Instagram entscheiden, ob ihr Profil öffentlich oder privat sein soll. Die Beiträge auf den privaten Profilen können somit nur von Personen abgerufen werden, welche dem entsprechenden Profil folgen (Kobilke, 2016, S. 14-16).

Jason Miles (2013) erklärt, dass die Bilder und Videos direkt vom eigenen Smartphone hochgeladen und mit verschiedenen Filtern bearbeitet werden können. Dabei kann das Foto direkt in der App aufgenommen werden oder von der Fotogalerie des Smartphones auf Instagram importiert werden. Ein weiteres Merkmal von Instagram ist das Setzen von Hashtags «#». Diese Hashtags können beispielsweise unter einen Beitrag bzw. vor ein Wort gesetzt werden. Dadurch entsteht eine Kategorisierung, die die Verbreitung eines Beitrags ermöglicht. Nutzende können auf diese Hashtags klicken und gelangen so zu allen Bildern und Videos, die diesen benutzen. Diese Funktion hilft bei der Vernetzung auf Instagram (S. 7-8).

## 2.2 Schönheit

Laut Lukas Prantl (2011) ist der Begriff Schönheit sehr abstrakt und die Auffassungen, was als schön empfunden wird und was nicht, sind sehr individuell (S. 15). Geprägt wird das Schönheitsempfinden sowohl von genetischen Faktoren als auch von gesellschaftlichen und kulturellen Einflüssen. Auch die zeitlichen Epochen mit deren wechselnden Schönheitsidealen haben Einfluss auf das, was als «schön» interpretiert wird. Es gibt jedoch zahlreiche Wissenschaftler\*innen, die versucht haben, eine überindividuelle und universale Definition von Schönheit zu finden (ebd.). Dabei soll es sich um eine Reihe von physischen Merkmalen handeln, deren Kombination Menschen bei ihren Mitmenschen aufgrund genetischer Faktoren und psychischen Gegebenheiten als erstrebenswert und schön auffassen (Dagmar Filter & Jana Reich, 2012, S. 13).

Der Begriff Schönheit ist wie oben beschrieben nicht eindeutig zu definieren. Für diese Arbeit steht der Begriff Schönheit jedoch den obenstehenden Ausführungen nach für das äussere Erscheinungsbild des Menschen, welches durch den Massstab der westlichen Gesellschaft bewertet wird. Wenn in der folgenden Bachelorarbeit demnach der Begriff Schönheit verwendet wird und dessen Wirkung in sozialen Interaktionen diskutiert wird, sind damit jeweils als schön interpretierte physische Eigenschaften eines oder mehrerer Individuen gemeint.

Zu diesen Eigenschaften gehören, wie Waltraud Posch (2009) passend aufzeigt, Körpermerkmale wie Gewicht, Körpergrösse, Körperbau, Gesichtszüge, Haut und Haare (S. 20).

## 2.3 Schönheits- und Körperideal

Posch (2009) definiert ein Ideal als etwas schwer erreichbares, überdurchschnittliches und herausragendes, was nicht für jeden Menschen zugänglich ist. Das Schönheitsideal ist in mancher seiner Facetten nicht nur schwer erreichbar, sondern illusorisch und unrealistisch. Welches Aussehen als erstrebenswert angesehen wird, ist in jeder Gesellschaft kulturell festgelegt. Dieses Aussehen definiert sich durch bestimmte und beschränkte Körpermerkmale. Niemand entspricht aber vollkommen und jederzeit den Normen eines Schönheitsideals (S. 24).

Posch (2009) beschreibt, dass die eigentliche Erscheinung und das eigentliche Aussehen einer Person hinsichtlich Schönheitsnormen nicht bedeutend ist, sondern wie es von den Individuen, dem unmittelbaren Umfeld und von der Gesellschaft bewertet wird (S. 25). Die Bedeutungszuschreibung an bestimmte Charakteristiken von Körperlichkeit passen sich

ausserdem den jeweiligen Lebensbedingungen an, wenngleich das schwer Erreichbare stets besonders erstrebenswert bleibt (Posch, 2009, S. 25).

Auch Körperideale sind kulturspezifisch und wandeln sich (Gugutzer, 2002, S. 14). So kommt es, dass die Auffassung vom idealen Körper schwankt, denn kaum etwas hat sich derart unvorhersehbar gewandelt wie das Bild von einem schönen Körper (Posch, 2009, S. 21). Der Begriff Körperideal ist dabei eng mit dem des Schönheitsideals verbunden. Das Körperideal stellt ein optisches Leitbild des Körpers dar, welches seine Definition und Bewertung aus der Interaktion der jeweiligen Kultur und dessen Lebensbedingungen erhält (ebd.).

## 2.4 Jugendbegriff

Klaus Schubert und Martina Klein (2020) erläutern, dass der Begriff Jugend/Jugendliche unterschiedlich verwendet wird. Nebst der Beschreibung, dass Jugendliche als eine Personengruppe zwischen Kindheit (bis etwa 12 Jahren) und Erwachsenen (etwa ab 20 Jahren) gelten, müssen auch soziodemographische Aspekte berücksichtigt werden (S. 124). Diese zeigen nämlich auf, dass Jugendliche als Personengruppe nicht pauschal vereinheitlicht werden können, da ihre Lebenswelten unterschiedlich sind (ebd.). In der vorliegenden Bachelorarbeit orientieren sich die Autorinnen an der Lebenswelt von Jugendlichen in der Schweiz.

## 2.5 Adoleszenz

Im Jugendalter findet der Übergang von der Kindheit ins Erwachsenenalter statt. Diese Lebensphase wird Adoleszenz genannt. Der Begriff Adoleszenz stammt vom lateinischen Wort «adolescere» ab und bedeutet «aufwachsen» oder «heranwachsen». In den letzten Jahren hat sich eine Untergliederung dieser Lebensphase durchgesetzt. Dabei umfasst die frühe Adoleszenz primär die pubertäre Entwicklung und findet zwischen dem 10-13 Lebensjahr statt. Der Zeitraum zwischen dem 14-17 Lebensjahr wird als mittlere Adoleszenz bezeichnet, wohingegen die späte Adoleszenz, welche vom direkten Übergang in das junge Erwachsenenalter geprägt ist, vom 17-20 Lebensjahr andauert (Kerstin Konrad & Johanna König, 2018, S. 2-3).

Die Adoleszenz ist geprägt von biologischen, psychologischen und sozialen Veränderungen und Herausforderungen. Zudem stellt sie auch einen psychosozialen Prozess dar, welcher unter anderem die Integration in die Gesellschaft, eine selbstständige Lebensweise und die Identitätsentwicklung der Jugendlichen umfasst (ebd.).

## 2.6 Körperwahrnehmung

Die Körperwahrnehmung, auch leibliche Wahrnehmung genannt, meint das Wahrnehmen des Körpers mit allen Sinnen. Im Rahmen dieser Bachelorarbeit ist die subjektive Wahrnehmung der äusseren Erscheinungsform zentral. Dabei ist die subjektive Wahrnehmung des eigenen Körpers sowohl in seiner äusseren Erscheinungsform als auch des Körperinneren ein wesentlicher Faktor. Ob diese subjektive Wahrnehmung eher positiv oder negativ ist, beeinflusst, wie gut sich das Individuum mit und in seinem Körper fühlt (Gugutzer, 2002, S. 83-85).

## 2.7 Körperbild

Gesundheitsförderung Schweiz (2016) bezeichnet ein Körperbild als Selbstbild, welches sich eine Person von ihrem Körper macht. Dieses entsteht aus der visuellen, gefühlsmässigen und gedanklichen Vorstellung des Körpers (S. 12).

## 2.8 Schulsozialarbeit

Avenir Social ist der Berufsverband der Sozialen Arbeit und setzt sich für die Soziale Arbeit ein, erarbeitet Publikationen und Positionspapiere und vernetzt die Mitglieder untereinander. In ihrer Publikation bezüglich der Schulsozialarbeit definiert Avenir Social (2016) den Begriff Schulsozialarbeit folgendermassen: «Die Schulsozialarbeit unterstützt und berät Kinder und Jugendliche bei der Bewältigung des Schulalltages und bei einer für sie befriedigenden Lebensbewältigung» (S. 1). In der deutschsprachigen Schweiz hat sich die Schulsozialarbeit in allen Kantonen etabliert mit Aufgaben der Prävention, Beratung und Intervention. Da der Bereich der Schul- und Sozialwesen in der Schweiz in der Verantwortung der einzelnen Kantone liegt, variiert der Versorgungsgrad zwischen den Kantonen stark (Emanuela Chiapparini, Renate Stohler & Esther Bussmann, 2018, S. 8).

# 3 Schönheitsideale und soziale Medien

In diesem Kapitel liegt der Fokus auf der Erörterung von Schönheitsidealen der westlichen Gesellschaft und wie sich diese auf Instagram darstellen. Einleitend werden die zentralen Funktionen sozialer Medien erläutert, wobei anschliessend definiert wird, was unter sogenannten «Influencer\*innen» verstanden wird. Danach wird auf das soziale Netzwerk Instagram eingegangen, indem die Funktionen von Instagram und dessen Nutzungsmöglichkeiten dargelegt werden. Anschliessend wird die Thematik rund um die

Begriffe Schönheit und Schönheitsideal näher beleuchtet, wobei das aktuelle Schönheitsideal der westlichen Gesellschaft anhand verschiedener Merkmale erörtert wird. Am Ende dieses Kapitels wird dann die Vorstellung dieser Schönheitsmerkmale der westlichen Gesellschaft im Kontext der sozialen Medien, spezifisch auf der Plattform Instagram, untersucht, wobei drei Körperideale erörtert werden.

### 3.1 Zentrale Funktionen sozialer Medien

Die Funktionsebene sozialer Medien kann in zwei Bereiche unterteilt werden. Auf der einen Seite gibt es einen emotionalen Bereich von sozialen Medien, der sich der Kontaktpflege und Unterhaltung annimmt und zur Selbstdarstellung und Identitätsfindung dient. Auf der anderen Seite können soziale Medien rational in Form von Wissensanschaffung und -erstellung genutzt werden, welche zu dem gesellschaftlichen Bereich gehören. In der Praxis sind diese beiden Komponenten oftmals miteinander verknüpft und nicht isoliert zu betrachten (Anja Ebersbach, Markus Glaser & Richard Heigl, 2011, S. 38).

Soziale Medien grenzen sich klar von den traditionellen Massenmedien wie Printmedien, Radio, Film und Fernsehen ab, da aus medialen Monologen sozial-mediale Dialoge entstehen (Lampert et al., 2009, S. 10-11). Laut Tilmann Sutter (2010) ist die Interaktion und Vernetzung das Hauptziel sozialer Medien (S. 124).

### 3.2 Influencer\*innen

Für die oben beschriebenen Interaktionen auf sozialen Medien sind mittlerweile sogenannte Influencer\*innen zuständig. Laut Frank Deges (ohne Datum) werden Personen, die Inhalte wie Text, Bild, Audio und Video zu bestimmten Themengebieten in häufigen und regelmässigen Abständen veröffentlichen und damit soziale Interaktionen initiieren, als Influencer\*innen bezeichnet. Dies kann über internetbasierte Kommunikationskanäle wie Blogs erfolgen sowie auch über soziale Netzwerke wie Instagram, Facebook, YouTube oder Twitter. Influencer\*innen erlangen aufgrund ihrer starken Präsenz in den sozialen Medien oftmals ein hohes Ansehen. Wenn solche Personen durch ihre digitale Präsenz Einfluss gewonnen haben, werden sie auch als Digital -oder Social Media Influencer bezeichnet (Deges, ohne Datum, S.1).

Unternehmen nutzen Influencer\*innen und deren Social-Media-Plattformen zur Platzierung ihrer Produkte wie beispielsweise Kleidungsstücke, Accessoires oder Lebensmittel, dieser Vorgang wird als Influencer Marketing bezeichnet (LMZ, 2020, S. 5-6). Die Aufgabe der

Influencer\*innen besteht darin, die Produkte auszuprobieren, zu bewerten und diese weiterzuempfehlen. Mit den jeweiligen Firmen entstehen vertragliche Kooperationen mit unterschiedlichen Vergütungen. Anhand von Rabattcodes werden die Nutzenden beeinflusst, das Produkt, welches die Influencer\*innen zeigen, zu kaufen. Da diese Personen oft eine grosse Reichweite mit vielen Follower\*innen haben, müssen die gezeigten Produkte als Werbung markiert werden (LMZ, 2020, S. 5-6).

Laut Jugend und Medien - ein Informationsportal zur Förderung von Medienkompetenzen – gehören zu den bekanntesten Influencer\*innen in der Schweiz Sportler\*innen, Models, Musiker\*innen, aber auch junge Nutzende, die erst durch die Vermarktung auf ihren Profilen in den sozialen Medien Bekanntheit erlangt haben (Jugend und Medien, ohne Datum, a).

### 3.3 Funktionen und Merkmale von Instagram

Bekannt wurde das soziale Netzwerk Instagram für seine zahlreichen Filteroptionen und Kreativwerkzeuge, mit denen eigene Bildinhalte bearbeitet werden können. Mittlerweile kann man auf Instagram auch Videos hochladen. Diese kann man entweder in Form eines sogenannten Reels oder als IGTV erstellen. Reels sind 15-sekündige Videoclips, die mit Ton, Effekten und Kreativtools bearbeitet werden können. Wer ein längeres Video hochladen will, kann die Funktion des IGTV nutzen. Diese Videos können bis zu zehn Minuten lang sein. Diese beiden Optionen bilden nebst dem Hochladen von Bildinhalten eine relevante Möglichkeit zur Selbstinszenierung auf Instagram (Christoph Seeger & Julia F. Kost, 2019, S. 96). Seit 2016 gibt es auf Instagram auch die Funktion, Instagram Stories zu erstellen. Bei den Instagram Stories handelt es sich um einen kurzen visuellen Inhalt wie beispielsweise Bilder oder kurze Videos, die ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung 24 Stunden lang auf der Timeline sichtbar sind und anschliessend automatisch gelöscht werden. Vor allem für Influencer\*innen ist diese Funktion auf Instagram interessant, da sie durch das tägliche Hochladen solcher Instagram Stories eine grössere Reichweite erreichen können und so ihre Chance für eine Kooperationsanfrage von Firmen steigt (Christopher Zerres, 2018, S. 1-3).

Mit Instagram wurde nebst den oben beschriebenen Funktionen nicht nur eine einfache und beliebte Möglichkeit geschaffen, Ausschnitte aus dem eigenen Leben in Form von Bildern und Videos mit anderen zu teilen. Durch Instagram ist auch eine Plattform entstanden, auf der Menschen online persönliche Ideen und Gedanken austauschen und in Beziehung treten können (David Meerman Scott, 2014, S. 90). Es entsteht eine Gemeinschaft, wo die Inhalte der einzelnen

Nutzenden in Form von Bildern und Videos geteilt werden sowie Beziehungen durch Kommentare, Likes und Abonnements aufgebaut werden (Meerman Scott, 2014, S. 90).

### 3.4 Das westliche Schönheitsideal des 21. Jahrhunderts

Laut Posch (2009) war das Aussehen für breite Bevölkerungsgruppen noch nie so bedeutungsvoll wie im gegenwärtigen Zeitalter. Die Menschen haben unzählige Optionen, ihre individuelle Körperlichkeit zu gestalten (S. 140). Susie Orbach (2010) stellt jedoch fest, dass in den letzten Jahren eine starke Verengung der Schönheitsnormen stattgefunden hat, was dazu führte, dass es nur noch wenige idealisierte Körpertypen gibt (S. 20). Diese Übereinkunft, was als schön und nicht-schön gilt, wird in der westlichen Mediengesellschaft vor allem durch die Massenmedien definiert (Gugutzer, 2007, S. 5). Die Attraktivitätsforschung setzt sich seit Jahrzehnten unter anderem differenziert mit der Attraktivität von Gesichtern auseinander und konnte dafür bestimmte Kriterien identifizieren. Als Kriterien für ein besonders attraktives Frauengesicht gelten eine hohe Stirn, grosse Augen, ein zierlicher Kiefer sowie eine kleine Nase. Ebenfalls zu diesen Kriterien gehören volle Lippen wie auch hervortretende Wangenknochen. Generell konnten für Frauengesichter präzisere und detailreichere Kriterien von Attraktivität erkannt werden als für Männergesichter (Posch, 2009, S. 85). Die Kriterien des westlichen Schönheitsideals in Bezug auf körperliche Merkmale werden kategorisiert in Schlankheit, Jugendlichkeit, Fitness und Authentizität. Die aufgezählten Merkmale des Schönheitsideals sind keine ursprünglich medialen Produkte, sondern Werte, welche in der westlichen Gesellschaft bereits vorhanden sind und in den sozialen Medien übermittelt werden (ebd.). Zudem weisen sie sich als jene Werte aus, an denen sich auch Jugendliche orientieren und von ihnen als erstrebenswert angesehen werden (Stefan Bestmann & Steffen Schaal, 2013, S. 200).

Im folgenden Unterkapitel werden diese vier Merkmale näher beleuchtet, wobei jeweils zwischen dem weiblichen und männlichen Geschlecht Differenzierungen stattfinden.

#### 3.4.1 Schlankheit

Schlankheit gehört zu einem der vier Merkmale des Schönheitsideals, da ein schlanker Körper in unserer Gesellschaft laut Posch (2009) oftmals mit Schönsein in Verbindung gebracht wird (S. 103). So wurde der ideale Umfang der Taille einer Frau vor mehreren Jahrzehnten auf 60 Zentimeter festgelegt (ebd.). Dieses Mass entspricht gemäss den Masstabellen für Kinderbekleidung der durchschnittlichen Taille eines viereinhalbjährigen Kindes (Posch, 2009, S. 86). Der ideale Umfang der Brust und der Hüfte einer Frau betragen 90 Zentimeter. Diese

Angaben widerspiegeln jedoch ein surreales Idealbild. Bei diesem Schönheitsideal handelt es sich um einen an Unterernährung erinnernden Kunstkörper (Posch, 2009, S. 86-87).

Posch (2009) erläutert, dass bei Männern hingegen keine exakte Idealformel existiert, was ihre Körpermasse betrifft. Trotzdem kann davon ausgegangen werden, dass Männer in der Realität stark von den in den Medien präsentierten, muskelbepackten Idealmännern abweichen (ebd.).

Eine allgemeine Tatsache ist, dass sich die Körperproportionen der Bevölkerung in den letzten Jahrzehnten deutlich verändert haben. Heute sind die Menschen durchschnittlich grösser und kräftiger. Dies hat zur Folge, dass das Körperideal und die Körperrealität deutlich auseinander gehen. Für Frauen ist dies besonders sichtbar, weil ihr Körperideal enger definiert ist als jenes der Männer (Posch, 2009, S. 88).

### 3.4.2 Jugendlichkeit

Das zweite Merkmal der westlichen Schönheitsideale zielt auf das Jungsein bzw. Jungbleiben ab. Posch (2009) beschreibt, dass wir in einer Gesellschaft leben, die immer älter wird, aber gleichzeitig nicht altern will. Er stellt die These auf, dass es hierbei den einzelnen Individuen vor allem um eine verinnerlichte Jugendlichkeit und Identitätsstabilisierung geht, welche über das Aussehen erkennbar sein soll (S. 109). Ein signifikantes Beispiel hierfür stellt die Körperbehaarung dar. Jugendlichkeit drückt sich am Körper primär durch eine glatte und möglichst unbehaarte Haut aus. Diese Merkmale gelten vor allem für den weiblichen Körper, mit Ausnahme der Behaarung auf dem Kopf. Die häufigste Argumentation gegen weibliche Körperbehaarung stellt die Verknüpfung von Haarlosigkeit und Weiblichkeit dar. Auf der anderen Seite wird Körperbehaarung mit Männlichkeit in Verbindung gebracht. Dies zeigt, dass Haare als sichtbares Zeichen der Geschlechterdifferenz gelten (Posch, 2009, S. 121-123).

Posch (2009) erklärt, dass es Jugendlichen in einer Welt, in der die Erwachsenen möglichst lange jugendlich bleiben möchten, an einer Abgrenzung fehlt. Aus diesem Grund erleben Jugendliche das Erwachsenwerden als diffus. Dies kann dazu führen, dass ihnen der Übergang in das Erwachsenenalter sowie die Erarbeitung einer eigenständigen Identität schwerfällt (S. 121). Jugendliche orientieren sich somit nicht als solches an dem Kriterium der Jugendlichkeit, wenn sie sich mit Schönheitsidealen auseinandersetzen, trotzdem hat es aber einen Einfluss auf ihre Entwicklung.

### 3.4.3 Fitness

Fitness ist im Vergleich zu der Schlankheit und der Jugendlichkeit kein exakt messbares Merkmal des Schönheitsideals. Posch (2009) definiert, dass mit Fitness im Zusammenhang mit dem Schönheitsideal vor allem Sport gemeint ist (S. 125). Ein fitter Körper gilt als Indikator, den Willen zu haben, an sich selbst zu arbeiten. Zudem gilt ein fitter Körper als Absicherung, nicht krank zu werden und wird in der westlichen Gesellschaft mit einem gesunden Leben in Verbindung gebracht (Simon Graf, 2013, S. 140).

Posch (2009) beschreibt, dass sich vor allem der weibliche Körper im letzten Jahrhundert immer schlanker, jugendlicher sowie athletischer und straffer präsentierte. Muskeln gelten somit nicht mehr nur für den männlichen Körper als schön. Sport erscheint in diesem Zusammenhang als idealer Weg zum schlanken Körper. Die Motive für gezielte Bewegung sind jedoch aufgrund des geschlechtsspezifisch unterschiedlichen Schönheitsideals nicht dieselben. Männer trainieren intensiv Brust, Arme und Schultern, während bei den Frauen der Fokus auf dem Bauch, den Beinen und dem Po liegt (S. 129-130).

### 3.4.4 Authentizität

Das vierte Kriterium des Schönheitsideals bildet laut Posch (2009) die Authentizität. Der Wert Authentizität wird auf den ersten Blick jedoch nicht in den Zusammenhang mit dem Schönheitsideal gebracht. Bei diesem Kriterium geht es darum, etwas aus sich zu machen und sich selbst individuell zu gestalten. Das Ideal verlangt, authentisch zu sein. Dadurch soll das wahre Selbst nach aussen transportiert und als Vollkommenheit zwischen innerer und äusserer Schönheit repräsentiert werden. Daran knüpft der Begriff der Natürlichkeit an. Es geht also nicht primär um eine Nachahmung eines bestimmten Schönheitsideals. Ideale Schönheit enthält stets den Wert des Besonderen, des Individuellen und des Echten. Es ist jedoch ein Widerspruch in sich, natürlich und gleichzeitig einer Schönheitsnorm angepasst zu sein. Da sich das Selbst im Laufe des Lebens verändert und entwickelt, ist auch der Mensch gefordert, diese Entwicklungsprozesse an seinem Körper sichtbar zu machen, wenn er dem Ideal der Authentizität nachkommen möchte (S. 130-136).

## 3.5 Schönheitsideale in den sozialen Medien

Im folgenden Unterkapitel wird das aktuelle Schönheitsideal der westlichen Gesellschaft im Kontext der sozialen Medien untersucht. Dabei wurden drei Körperideale identifiziert, welche

vor allem auf Instagram sehr präsent sind. Zwei dieser Körperideale kommen dem oben beschriebenen westlichen Schönheitsideal nahe. Das eine lautet «Thin-Ideal» und das andere ist das «Athletic-Ideal». Jedoch werden auf Social Media vermehrt auch Körperideale präsentiert, welche nicht unbedingt dem westlichen Ideal entsprechen. Eines dieser Ideale, welches vor allem auf Instagram stark präsent ist, nennt sich «Curvy-Ideal».

Orbach (2010) betont: «Die Versuche junger Menschen in Japan oder Fidschi, Saudi-Arabien oder Kenia, ihren Körper umzumodeln, stehen symptomatisch für das Problem des Unwohlseins im eigenen Körper rund um die Welt. Körperhass ist mittlerweile ein heimlicher westlicher Exportschlager» (S. 21). Somit lassen vermittelte Schönheitsideale in den sozialen Medien eine Orientierung an den westlichen Idealen erkennen (ebd.). Es wird sichtbar, dass sie im westlichen Kulturraum verortet sind.

### 3.5.1 Thin-Ideal

In sozialen Medien wie Instagram wird vor allem von Models sowie bei Profilen mit einem grossen Bekanntheitsgrad oftmals ein sehr dünnes weibliches Körperideal vorgelebt. In der Literatur wird dieses Körperideal als Thin-Ideal bezeichnet (Diana Betz & Laura Ramsey, 2017, S. 18). Neuere Medienquellen, wie soziale Netzwerke, dienen als Plattformen zum Austausch von sogenannten «Thinspiration-Bildern» und Botschaften, die explizit das Schlankeitsideal fördern. Körper, die dem Thin-Ideal entsprechen, haben einen sehr niedrigen Körperfettanteil und sehr schmale Hüfte. Obwohl dieses sehr dünne Körperideal, welches bereits seit geraumer Zeit in den Medien präsent ist, nicht dem realen Durchschnitt der Bevölkerung entspricht, wird es von einem grossen Teil der weiblichen Bevölkerung nach wie vor als erstrebenswertes Ideal angesehen (ebd.).

Michael P. Levine und Sarah K. Murnen (2009) weisen anhand ihrer Körperbildforschung darauf hin, dass die westliche Betonung des Schlankeitsideals schädlich für Frauen sein kann. Unrealistische Darstellungen von Frauenkörpern in den Medien wurden mit der normativen Unzufriedenheit, die Frauen mit ihrem Körper empfinden, in Verbindung gebracht (S. 11). Trotzdem kann ein Ideal, welches in Wirklichkeit nur einen sehr kleinen Teil der Bevölkerung widerspiegelt, in den Medien als Norm verbreitet werden. Dies ist möglich, da in Massenmedien und vor allem in Werbungen selten Repräsentant\*innen der Bevölkerung gezeigt werden, sondern primär Frauen, die dem Thin-Ideal entsprechen (Posch, 2009, S. 102-105).

### 3.5.2 Athletic-Ideal

Laut Richard W. Robinson, Kali H. Trzesniewski, Samuel D. Gosling und Jeff Potter (2017) ist das Athletic-Ideal charakterisiert durch einen sehr schlanken, aber auch sichtbar muskulösen Körper. Dieses Körperideal wird oft als Inspiration für einen gesunden Lebensstil durch gesunde Ernährung und Sport gesehen. In der Realität ist dieses Ideal jedoch nur durch strikte Ernährung und regelmäßiges Krafttraining erreichbar und somit für die meisten Menschen unerreichbar (S. 65). Vorwiegend auf Instagram findet aktuell das athletische Körperideal Verbreitung. Es wird auf Instagram meist im Zusammenhang mit Hashtags wie «fitspiration» oder «fitspo» gepostet. Diese Bilder sollen andere Nutzende zu einem aktiveren und gesünderen Lebensstil motivieren (Robinson et al., 2017, S. 65).

Jedoch stellt sich die Frage, inwieweit diese Bilder einen gesunden Einfluss auf Nutzende von Instagram haben. Erste Studien belegen bereits, dass Bilder des Athletic-Ideals einen ähnlich negativen Einfluss auf die eigene Körperwahrnehmung haben, wie Bilder des Thin-Ideals (ebd.).

### 3.5.3 Curvy-Ideal

Wie Betz und Ramsey (2017) beschreiben, ist es schwierig, das Curvy-Ideal genau zu definieren. Auf Instagram gibt es zwei unterschiedliche Auffassungen vom Curvy-Ideal. Zum einen wird es als Bezeichnung für ein Körperideal verwendet, welches dem Thin-Ideal nahekommt, jedoch zusätzlich durch weibliche Kurven gekennzeichnet ist. Merkmale dieses Körpertyps sind grosse Brüste und breite Hüften sowie einen flachen Bauch und eine schmale Taille (S. 19).

Das Curvy-Ideal kann jedoch auch für einen anderen Körpertyp stehen, welcher nicht vergleichbar mit dem Thin-Ideal ist. Besonders auf sozialen Netzwerken etabliert sich eine immer stärker werdende Gegenbewegung zu den gängigen dünnen, westlichen Körperidealen. Der Körpertyp dieses Curvy-Ideals ist korpulenter als die zuvor beschriebenen Körperideale und soll den natürlichen Körper repräsentieren. In den letzten Jahren wird dieses Körperideal vermehrt auch in den Massenmedien und Werbungen verwendet, bisher aber noch sehr selten (Betz & Ramsey, 2017, S. 19).

Anhand der gewonnenen Erkenntnisse in Bezug auf Schönheitsideale konnten verschiedene Merkmale identifiziert werden, welche in der westlichen Gesellschaft als schön definiert werden. Zudem haben die Autorinnen festgestellt, dass sich die gesellschaftlichen Vorstellungen von Schönheit der westlichen Welt in den sozialen Medien, insbesondere auf Instagram, erkennen lassen. Im Laufe dieser Bachelorarbeit wird näher untersucht, welches die

Auswirkungen dieser idealisierten Körperbilder in den sozialen Medien, insbesondere auf Instagram, auf Jugendliche haben. Zunächst wird jedoch auf unterschiedliche Facetten der Lebensphase Jugend eingegangen, um ein umfassendes Verständnis für die Lebenswelt heutiger Jugendlicher zu erhalten.

## 4 Lebensphase der Adoleszenz und digitaler Medienkonsum Jugendlicher

Dieses Kapitel befasst sich mit der Lebensphase der Adoleszenz. Dabei werden zunächst wichtige Entwicklungsaufgaben, die sich für Jugendliche in dieser Lebensphase sowohl durch die körperlichen Veränderungen als auch durch veränderte psychosoziale Anforderungen stellen, näher dargelegt. Der Fokus wird anschliessend auf das Selbstkonzept und die Selbstwertveränderungen gelegt, da Selbstfindungsprozesse wesentliche Entwicklungsschwerpunkte im Jugendalter darstellen. Danach wird ein Zusammenhang zwischen den Entwicklungsaufgaben und der Nutzung von sozialen Medien hergestellt, wobei auf den digitalen Medienkonsum von Jugendlichen in der Schweiz eingegangen wird.

### 4.1 Entwicklungsaufgaben in der Adoleszenz

Erik H. Erikson entwickelte das Stufenmodell der psychosozialen Entwicklung, welches in acht Phasen unterteilt wurde. In jeder Phase gilt es, eine spezifische psychosoziale Krise und unterschiedliche Entwicklungsaufgaben zu bewältigen. Eine erfolgreiche Bewältigung der jeweiligen Krisen ist förderlich für die weitere Entwicklung des Individuums (Erikson, 1950, zit. in Arnold Lohaus, 2018, S. 31).

Die konkreten Entwicklungsaufgaben der Individuen sind an das jeweilige Lebensalter gebunden. In der Phase der Adoleszenz müssen sich Jugendliche mit zahlreichen Anforderungen und Erwartungen auseinandersetzen. Diese umfassen unter anderem das Akzeptieren der eigenen Person und körperlicher Veränderungen, welche sich im Laufe der Pubertät vollziehen, Beziehungen zu Gleichaltrigen sowie Entscheidungen im Zusammenhang mit Schule, Berufswahl, der eigenen Lebensgestaltung und Zukunft. Jugendliche bilden in dieser Lebensphase eigene Wert- und Normvorstellungen und sind auf der Suche nach ihrer Identität (Heike Eschenbeck & Rhea-Katharina Knauf, 2018, S. 24).

### 4.1.1 Entwicklungsaufgaben Jugendlicher heute

Laut Klaus Hurrelmann und Gudrun Quenzel (2015) prägen und beeinflussen historische und soziokulturelle Einflussfaktoren die Strukturierung der Entwicklungsaufgaben. Im Vergleich zu früher hat sich die Phase des Jugendalters vor allem in der westlichen Gesellschaft stark ausgedehnt und ist diverser geworden (S. 261). Kulturelle und sozioökonomische Veränderungen in den westlichen Ländern wie beispielsweise längere Schul- und Ausbildungszeiten und die Verbreitung individualistischer Wertesysteme spiegeln sich darin wider. Die Entwicklungsaufgaben heutiger Jugendlicher umfassen zudem Anforderungen im Zusammenhang mit dem Umgang von Konsum- und Medienangeboten (Eschenbeck & Knauf, 2018, S. 26- 28).

### 4.1.2 Identitätsfindung als zentrale Entwicklungsaufgabe des Jugendalters

Die zentrale Entwicklungsaufgabe in der Adoleszenz ist die Entwicklung der eigenen Identität. Die zu bewältigende Krise in der Identitätsentwicklung besteht aus den beiden Spannungspolen der Identitätsfindung und der Rollendiffusion (Erikson, 1968, zit. in Lohaus, 2018, S. 31).

Identität bezeichnet zunächst einmal die Fragen nach dem «Wer bin ich? Wer will ich sein?». Die Identitätsfindung umfasst somit das Erleben eines kohärenten, integrierten Selbst. Bei der Identitätsfindung entsteht das sichere Gefühl einer stabilen, inneren Beständigkeit und Gleichheit mit sich selbst in verschiedenen Situationen. Rollendiffusion hingegen beschreibt die Unfähigkeit, eigene Erfahrungen in eine kohärente Identität zu integrieren (Eschenbeck & Knauf, 2018, S. 31).

Vera King (2002) erläutert, dass die Auseinandersetzung des Individuums mit der eigenen Identität eine Position der reflektierenden Selbstbetrachtung und der Selbsterkenntnis beinhaltet. Diese wiederum setzt die Fähigkeit voraus, die Position des Gegenübers einnehmen zu können. Das Individuum steht in dem Sinne zwischen dem Innen und dem Aussen, zwischen inneren Strebungen und unterschiedlichen sozialen Rollenerwartungen. Identität ist somit ein interaktiver Prozess und erfordert die Kompetenz, in einem dynamischen Konfliktfeld eine Balance zwischen dem Selbst und dem Aussen herstellen zu können (S. 85).

## 4.2 Das Selbst

Laut Frank M. Staemmler (2015) wird die Bezeichnung «das Selbst» in der Psychologie häufig verwendet (S. 32). Der Begriff beschreibt die Auffassung von Menschen, dass sie sich als

individuelle und selbstbestimmt handelnde Wesen wahrnehmen (Staemmler, 2015, S. 32). Obwohl das Selbst mit seinen Wahrnehmungen, Gedanken, Gefühlen und Motivationen den Alltag meist unbewusst als Subjekt, dem «Ich» steuert, handelt es sich beim Selbst ebenfalls um ein Objekt unserer Wahrnehmung, nämlich dem «Mich» (Thomas Kessler & Immo Fritsche, 2018, S.72).

Während das «Ich» durch eine interne, wahrnehmende und wissende Beobachtung der eigenen Person gekennzeichnet ist, stellt das «Mich» das Selbstkonzept des Individuums dar, welches das «Ich» mit seinen unterschiedlichen Facetten wahrnimmt (Staemmler, 2015, S. 33).

### 4.3 Selbstkonzept und Selbstwert

Das Selbst lässt sich in zwei Komponenten teilen. Einerseits gibt es das Selbstkonzept als kognitiv-deskriptive Komponente. Andererseits bildet der Selbstwert die affektiv-evaluative Komponente (Tamara Thomsen, Nora Lessing, Werner Greve & Stefanie Dresbach, 2018, S. 92).

#### 4.3.1 Das Selbstkonzept

Das Selbstkonzept beinhaltet selbstbezogenes Wissen. Es besteht somit aus einer Vielzahl an Selbstbeschreibungen, die das Gesamtwissen über die eigene Person ausmachen. Dieses selbstbezogene Wissen beinhaltet Wissen, welches das Individuum im Laufe seines Lebens sammelt, Wissen um persönliche Eigenschaften und Fähigkeiten sowie auch Fakten, Interessen und Gewohnheiten. Es ist auf mehreren zeitlichen Dimensionen verortet und beinhaltet somit Wissen zum gegenwärtigen Ich, zum vergangenen Ich und zum zukünftigen Ich (Thomsen et al., 2018, S. 92).

Dieses selbstbezogene Wissen erlangt das Individuum entweder durch direkte oder indirekte Zuschreibungen anderer Personen oder durch Selbstzuweisungen an Wissen über die eigene Person. Diese Selbstzuweisungen entstehen, indem das Verhalten anderer Personen mit dem eigenen Verhalten verglichen wird, indem das eigene Verhalten beobachtet wird und indem Menschen über sich nachdenken und dabei bereits erlebte oder aber mögliche zukünftige Erfahrungen in ihre Überlegungen miteinbeziehen. Im Kindesalter sind Selbstbeschreibungen typischerweise unrealistisch positiv und undifferenziert, wobei sie im Jugendalter immer differenzierter, strukturierter, zusammenhängender und realistischer werden (Thomsen et al., 2018, S. 96-98).

Es können drei Arten von Selbstbildern dem Selbstkonzept zugeordnet werden. Das reale Selbstbild, welches die aktuelle Wahrnehmung eines Individuums über sich selbst darstellt, das ideale Selbstbild, welches ausdrücken soll, wie sich das Individuum idealerweise sehen möchte sowie das soziale Selbstbild, welches widerspiegelt, wie sich das Individuum im Vergleich zu seiner sozialen Umwelt wahrnimmt (Eva M. Traut, 2016, S. 31).

#### 4.3.2 Der Selbstwert

Im Vergleich zum Selbstkonzept, welches aus der Beschreibung einer Vielzahl an Selbstaspekten besteht, bezieht sich der Selbstwert auf die Bewertung dieser Selbstzuweisungen. Somit stehen Selbstkonzept und Selbstwert in Beziehung zueinander und beeinflussen sich wechselseitig. Während nämlich wie oben beschrieben das Selbstkonzept im Kindesalter unrealistisch positiv ist, so ist auch der Selbstwert in dieser Lebensphase tendenziell hoch ausgeprägt, was unter anderem daran liegt, dass in diesem Alter der Selbstwert noch stark von der direkten Bewertung durch die Eltern geprägt ist, welche zu dieser Zeit noch überwiegend positiv ausfällt, beispielsweise durch Anerkennung oder Zuspruch (Thomsen et al., 2018, S. 99-100).

Im Laufe der Schulzeit kommen jedoch weitere Bewertungen insbesondere durch Lehrpersonen hinzu und somit beinhaltet das Feedback zur eigenen Person mit steigendem Alter zunehmend auch negative Aspekte. Hier wird besonders deutlich, dass persönlichkeitsbezogene Zuschreibungen anderer Personen an der Entwicklung des Selbstwertes beteiligt sind (ebd.).

Im Jugendalter gewinnen die Bewertung und Anerkennung durch Gleichaltrige zusätzlich immer mehr an Bedeutung. Auch die voranschreitende kognitive Entwicklung selbstreflexiver Prozesse ist in dieser Lebensphase stark an der Bildung des Selbstwertes beteiligt. Auf der einen Seite geben soziale Vergleiche im alltäglichen Leben sowie durch soziale Medien Anlass, selbstbezogene Attribuierungen vorzunehmen und Diskrepanzen zwischen dem realistischen und dem möglichen Selbst wahrzunehmen und zu bewerten. Auf der anderen Seite spielen interne Bewertungsprozesse bedeutender Selbstaspekte sowie selbstgesetzte und verinnerlichte Standards und Normen eine immer wichtigere Rolle bei der Weiterentwicklung des Selbstwertes. All diese unterschiedlichen, bewertenden und selbstbeschreibenden Informationen über die eigene Person zu integrieren und zu vereinen, führen unter anderem dazu, dass der Selbstwert im Jugendalter deutlich niedriger ist (Thomsen et al., 2018, S. 99-101).

#### 4.3.2.1 *Geschlechtsunterschiede des Selbstwerts*

Die Entwicklungslinien des Selbstwerts für Mädchen und Jungen verlaufen in der Studie von Richard W. Robinson, Kali H. Trzesniewski, Samuel D. Gosling und Jeff Potter (2002) prinzipiell gleich. Trotzdem zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den beiden Geschlechtern. Während im Kindesalter der globale Selbstwert von Mädchen und Jungen grundsätzlich identisch ist, sinkt er im Verlauf des Jugendalters bei Mädchen deutlich mehr ab als bei Jungen (S. 424-428).

Laut Gianine D. Rosenblum und Michael Lewis (1999) werden diese geschlechtstypischen Unterschiede oftmals mit der unterschiedlichen körperlichen Entwicklung von Mädchen und Jungen in Verbindung gebracht. Während die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper bei Mädchen im Jugendalter zunimmt, ist dies bei den Jungen eher weniger zutreffend. Die Einschätzung der eigenen Attraktivität sowie die verstärkte Beschäftigung mit dem eigenen Aussehen und die Wichtigkeit des Aussehens spielen somit bei Mädchen eine wichtigere Rolle bei der Entwicklung des Selbstwertes als seitens der Jungen (S. 52-56).

### 4.4 Zusammenhang zwischen sozialen Medien und Entwicklungsaufgaben

Gemäss Daniel Süss, Claudia Lampert und Christine Trültzsch-Wijnen (2018) gehört der Erwerb von Medienkompetenzen heute ebenfalls zu einer zentralen Entwicklungsaufgabe von Jugendlichen. Die oben beschriebenen Entwicklungsaufgaben werden heutzutage nämlich im Umgang mit sozialen Medien bearbeitet. Soziale Netzwerke dienen als Bühne für das Erkunden der eigenen Identität, als Kommunikationsform, zum Aufbau und der Pflege von Beziehungen sowie der Selbstinszenierung (S. 24).

### 4.5 Digitaler Medienkonsum von Jugendlichen

Laut Michael Glüer (2018) hat sich der Medienkonsum durch die Digitalisierung des Alltags von Jugendlichen in den letzten Jahrzehnten entscheidend verändert. Die Entstehung des Internets in den 80er Jahren hat eine Welle von Veränderungen in Gang gesetzt, die auch Auswirkungen auf das Aufwachsen von Jugendlichen nach sich zogen. Dieser Wandel der Medienlandschaft, mit dem Jugendliche im Alltag konfrontiert wurden, ist in den vergangenen Jahren nicht zum Stillstand gekommen. Durch technologisch verbesserte Geräte sowie optimierte und neu gestaltete Apps wie beispielsweise Instagram, ergaben sich neue Entwicklungen (S. 198). Zudem

hat sich das Nutzungsverhalten Jugendlicher aufgrund der Zugänglichkeit des Internets deutlich verändert (Glüer, 2018, S. 198).

#### 4.5.1 Veränderungen des Medienkonsums Jugendlicher in der Schweiz

Laut dem Ergebnisbericht der JAMES-Studie vom Jahr 2020 wurden 12- bis 19-jährige Jugendliche in der Schweiz gebeten, ihre tägliche Smartphone-Nutzungsdauer unter der Woche und am Wochenende anzugeben. Laut den Ergebnissen der Studie nutzen die Jugendlichen ihr Smartphone unter der Woche im Durchschnitt täglich 3 Stunden und 10 Minuten, an den Wochenenden ist es durchschnittlich 5 Stunden in Gebrauch. Im Vergleich zur Erhebung im Jahre 2018 ist das eine Zunahme von 40 Minuten unter der Woche und 1 Stunde und 55 Minuten am Wochenende. Gemäss den Autor\*innen sind das die grössten Sprünge nach oben seit Beginn der Erhebung im Jahre 2010. Die Nutzungsdauer des Handys unterscheidet sich kaum über die Altersgruppen hinweg. Die Herausgebenden weisen im Ergebnisbericht jedoch darauf hin, dass aufgrund der Coronapandemie die Repräsentativität im Vergleich zu den Vorjahren leicht eingeschränkt ist (Bernath et al., 2020, S. 9-29).

#### 4.5.2 Nutzung sozialer Medien von Jugendlichen in der Schweiz

Gemäss dem Ergebnisbericht der JAMES-Studie im Jahre 2020 geben 92% der Handybenutzer\*innen an, dass sie ihr Smartphone zur Nutzung der sozialen Medien brauchen. In diesem Bereich zeigen sich aber Unterschiede beim Alter der Befragten. Die 12- bis 13-Jährigen geben im Gegensatz zu den älteren befragten Jugendlichen an, das Smartphone weniger für soziale Medien zu nutzen. Die Jugendlichen hatten zudem die Möglichkeit anzugeben, welche Apps sie am liebsten auf dem Smartphone nutzen.

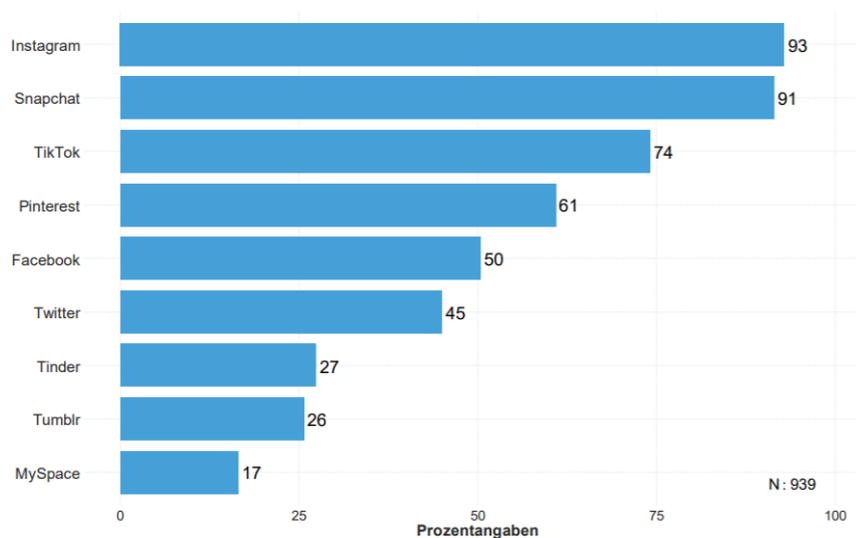


Abbildung 1: Mitgliedschaft bei sozialen Netzwerken (Bernath et al., 2020, S. 30)

Wie man auf der obenstehenden Abbildung erkennen kann, hat Instagram dabei mit 93% den ersten Platz belegt. Auch im Jahr 2018 war Instagram das beliebteste soziale Netzwerk Schweizer Jugendlicher (Bernath et al., 2020, S. 30).

Zwischen den Geschlechtern sind einige Unterschiede in der Nutzung sozialer Medien feststellbar. 94% der befragten Mädchen nutzen soziale Netzwerke täglich, wohingegen nur 88% der Jungen eine tägliche Nutzung angeben (Bernath et al., 2020, S. 35).

Die häufigsten Tätigkeiten Jugendlicher auf sozialen Netzwerken sind das Liken, Kommentieren und Anschauen von Beiträgen anderer sowie das Schreiben von persönlichen Nachrichten. Beim Erstellen eigener Beiträge zeigen sich Jugendliche in der Schweiz jedoch eher zurückhaltender. Die meisten scheinen soziale Netzwerke wie Instagram also eher passiv oder reaktiv zu nutzen. Die eigene Selbstdarstellung auf sozialen Medien findet bei den Schweizer Jugendlichen eher selten statt (Bernath et al., 2020, S. 43).

Zusammenfassend haben die Autorinnen erkannt, dass die Lebensphase der Adoleszenz geprägt ist von wichtigen Entwicklungsaufgaben, wobei die Identitätsfindung sowie die Entwicklung des Selbstkonzepts und des Selbstwerts zentral sind. Bezüglich der Veränderungen des Selbstwerts während der Jugend, haben die Autorinnen interessante Erkenntnisse gewonnen. In dieser Lebensphase ist der Selbstwert deutlich niedriger als in der Kindheit, wobei es geschlechtsspezifische Unterschiede gibt. Mädchen haben im Vergleich zu Jungen nämlich einen niedrigen Selbstwert in der Jugend. Dies hängt vor allem mit einer verstärkten Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper in dieser Lebensphase zusammen. In der heutigen Zeit spielen soziale Medien wie oben beschrieben ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Bewältigung von Lebensaufgaben in der Adoleszenz. Durch die stark zunehmende Nutzung der Jugendlichen von sozialen Medien, ist es den Autorinnen wichtig, näher zu untersuchen, wie sich diese auf Jugendliche auswirken und welche Chancen und Risiken sich dabei ergeben.

## 5 Die Bedeutung sozialer Medien für Jugendliche

Jugendliche wachsen heutzutage mit anderen technischen und medialen Bedingungen auf als frühere Generationen. Diese Veränderungen wirken sich unter anderem auf die eigene Identität aus. Demzufolge bringt die Nutzung sozialer Medien Chancen und Risiken mit sich. Dadurch, dass Jugendlichen die Reflexionsfähigkeit kritischer Medieninhalte noch fehlt, hinterfragen sie soziale Medien hinsichtlich der nützlichen oder schädlichen Wirkung auf die eigene Person zu wenig (Ingrid Paus-Hasenbrink & Sascha Trültzsch, 2012, S. 1).

Die Bedeutung sozialer Medien für Jugendliche sowie die Chancen und Risiken, welche dessen Nutzung in diesem Alter mit sich bringt, werden im folgenden Kapitel auf entwicklungspsychologische Prozesse, den sozialen Vergleich und auf äusserliche Körpermerkmale begrenzt. Anschliessend werden die Auswirkungen von sozialen Medien auf Jugendliche benannt, wobei die Auswirkungen auf die Körperwahrnehmung anhand unterschiedlicher Studienergebnisse näher erläutert werden. Am Ende dieses Kapitels werden einige positive Aspekte von sozialen Medien in der Lebensphase Jugend kurz beschrieben.

## 5.1 Medialer Einfluss auf die Identität

In der Adoleszenz stellt die Identitätsfindung eine zentrale Entwicklungsaufgabe dar. Dabei ist die Nutzung sozialer Medien doppelt prägend. Einerseits werden (Schein-)Realitäten sowie Werte und Rollenbilder vermittelt, andererseits stellen sie durch soziale Netzwerke wie Instagram eine Plattform dar, um sich auszuprobieren. Die Jugendlichen haben somit die Chance, verschiedene Identitäten zu erstellen und zu sehen, wie sie damit auf andere wirken. Durch die Möglichkeit, unterschiedliche Identitätsfacetten erstellen zu können, entwickeln Jugendliche ein Gefühl für das eigene Selbst und es entsteht dabei eine Auseinandersetzung von Werten im Austausch in der digitalen Welt. Jugendliche nutzen die sozialen Medien somit als Ort, an dem sie Erfahrungen sammeln können. Daraus lässt sich ableiten, dass soziale Medien die Identität mitstiften (Jugend und Medien, ohne Datum, b).

Güter Reich, Cornelia Götz-Kühne und Uta Killius (2004) betonen, dass soziale Medien oft Identitätsentwürfe vorgeben, die bei Jugendlichen eine bestimmte Vorstellung eines (Wunsch-)Seins entwickeln können. Demnach lässt sich ableiten, dass Jugendliche in die mediale Welt eintauchen, um dort in der dargestellten heilen Welt von der Realität zu entfliehen. Als Resultat dessen werden die Darstellungen, die durch die sozialen Medien vermittelt werden, als real angesehen. In weiterer Folge setzten sich Jugendliche diese suggerierten Ideale als Ziele und verfolgen sie (S. 34).

### 5.1.1 Identität auf sozialen Medien

Glüer (2018) beschreibt, dass soziale Medien die Erkundung der eigenen Identität bei Jugendlichen erleichtern. Sie erlauben es, spezifische Aspekte der eigenen Identität zu variieren, indem beispielsweise eine bestimmte Eigenschaft der eigenen Identität hervorgehoben wird und explorativ in Form von Selbstdarstellung angepasst wird (S. 208). Häufig variieren Jugendliche auf sozialen Medien das Alter, nehmen die Identität einer anderen bekannten

Person an, erzeugen die Identität einer Fantasieperson oder aber sie verändern spezifische Eigenschaften der eigenen Identität (Glüer, 2018, S. 208).

Laut Glüer (2018) unterscheiden sich Mädchen und Jungen beim Experimentieren mit der Identität. Mädchen scheinen nämlich häufiger mit der eigenen Identität zu experimentieren, um soziale Defizite zu kompensieren (S. 209).

#### 5.1.1.1 Funktion der Selbstdarstellung

Soziale Medien haben unter anderem die Funktion der Selbstdarstellung, welche auch «identity» genannt wird. Durch die Selbstdarstellung in sozialen Medien haben Nutzende die Möglichkeit, sich selbst nach den eigenen Vorstellungen zu präsentieren. Dazu gehören sowohl die Darstellung äusserlicher Merkmale wie das Alter, das Gewicht oder das Aussehen als auch die Möglichkeit, gewisse Eigenschaften beispielsweise über eine Personenbeschreibung hervorzuheben. Eine positive Selbstdarstellung auf sozialen Netzwerken kann sich positiv auf das subjektive Wohlbefinden Jugendlicher auswirken (Glüer, 2018, S. 202- 209).

## 5.2 Mediale Vermittlung von Körperidealen

Da das gesellschaftliche Bild von Weiblichkeit stark mit Schönheit verknüpft ist, hat das Aussehen bei Mädchen und jungen Frauen eine grössere Bedeutung als bei Männern (Veronika Rauchensteiner, 2013, S. 26).

Das Schönheitsideal wird durch mediale Bilder, die ein idealisiertes Körperbild darstellen, bestärkt. Allerdings entsprechen diese Bilder meist nicht der Realität. Mithilfe Bildbearbeitungsprogrammen, vorteilhaften Körperposen und schmeichelnden Lichtverhältnissen kann der Körper und das Aussehen besser dargestellt werden, als sie es in der Realität tatsächlich sind (Institut Suchtprävention Pro Mente OOE, 2016, S. 24).

Die Körperzufriedenheit Jugendlicher wird durch ihr Vergleichsverhalten mit medialen Idealbildern beeinflusst. Wenn es nicht gelingt, diesen Anforderungen an die vorherrschenden Körperideale gerecht zu werden, führt dies sowohl bei weiblichen als auch bei männlichen Jugendlichen zu einer Unzufriedenheit mit dem äusseren Erscheinungsbild. Dies wiederum verstärkt die Anfälligkeit für die Entstehung eines gestörten Essverhaltens und psychischen Erkrankungen bei Jugendlichen (Institut Suchtprävention Pro Mente OOE, 2016, S. 25).

### 5.3 Impression Management in den sozialen Medien

Der nächste Aspekt in Bezug auf die Bedeutung der sozialen Medien für Jugendliche ist das sogenannte «Impression Management».

Dieses stellt ein zentrales Konzept zur systematischen Eindruckssteuerung dar, welche das Verhalten einer Person impliziert, die darauf abzielt, den Eindruck, den sich andere Menschen von dieser Person bilden, in erwünschter Weise zu steuern. Das Wort Impression Management wird in Bezug auf Einzelpersonen auch als Selbstdarstellung bezeichnet (Markus Antonius Wirtz, ohne Datum).

Posch (2009) erläutert, dass mit dem Impression Management in den sozialen Medien die Darstellung des eigenen Selbst im Blickpunkt der Akteur\*innen steht und darauf abzielt, die eigene Person in den sozialen Medien so darzustellen, wie man sich selbst aus Sicht der Betrachtenden sehen möchte. Das Impression Management ist eine Form der Imagepflege und enthält den Ruf nach sozialer Anerkennung (S. 136).

Laut Christina Ernst (2015) wird das Verlangen nach sozialer Anerkennung im Kontext der sozialen Medien durch die Nutzung verschiedener Feedbackfunktionen wie das Liken oder Kommentieren von Bildern erkennbar. Auch die Möglichkeit eigene Bilder dank Fotobearbeitungsprogrammen auf dem Smartphone so zu gestalten, wie es beispielsweise die vorherrschenden Körperideale in den sozialen Medien gerade verlangen, werden für das Impression Management verwendet. Solche Fotobearbeitungsprogramme, welche auf Smartphones in Form einer App heruntergeladen werden können, schaffen einen schnellen und meist kostenlosen Zugang der Anpassung an vorherrschende Körpernormen. Zusätzlich bieten sie die Möglichkeit einer schnelleren Körperdarstellung durch das unmittelbare Hochladen des bearbeiteten Bildes auf sozialen Netzwerken (S. 225).

#### 5.3.1 Selbstdarstellung von Influencer\*innen auf Instagram

In den Bereich des Impression Management fällt auch die Bedeutung der sozialen Medien für Influencer\*innen. Diese bedienen sich der sozialen Medien um ihr Ideal-Selbst darzustellen, da diese die besten Voraussetzungen dafür liefern. Die Online-Selbstdarstellung ist oft eng mit dem Wohlbefinden und der Zufriedenheit eines Individuums verknüpft. So kann das Bedürfnis des «sich Mitteilens» für ein Zugehörigkeitsgefühl sorgen, wenn sich dadurch Gleichgesinnte finden lassen. Führt dies zu positiven Rückmeldungen bezüglich der eigenen Inszenierung auf dem

eigenen Profil auf sozialen Netzwerken, animiert dies zur Weiterführung der Selbstinszenierung (Nicole C. Krämer, Sabrina C. Eimler & German Neubaum, 2017, S. 47).

Laut Kristina Kobilke (2017) sehen Kritiker\*innen von sozialen Medien mit Sorge auf überzogene Selbstdarstellungen von Influencer\*innen auf Instagram, da sie vermuten, dass diese mit gestellten und bearbeiteten Fotos negativen Einfluss auf andere ausüben (S. 14). Die auf Instagram veröffentlichten Bilder und Videos sind schon seit längerer Zeit keine Schnappschüsse aus dem Alltag mehr, sondern bewusst oder unbewusst gewählte Inhalte, mit denen Individuen sich gezielt präsentieren. Somit ist die Darstellung des Ideal-Selbst von zentraler Bedeutung (ebd.).

#### *5.3.1.1 Der Einfluss von Influencer\*innen auf Jugendliche*

Wie im Kapitel 3.2 erläutert wurde, sind Influencer\*innen für das Bewerben von Produkten unterschiedlicher Unternehmen auf sozialen Netzwerken wie beispielsweise Instagram verantwortlich. Solche Werbedeals stellen für Unternehmen ein attraktives Geschäft dar, denn diese steuern das Konsumverhalten von Jugendlichen. Influencer\*innen beeinflussen Jugendliche jedoch nicht nur hinsichtlich ihres Konsumverhaltens, sondern auch in der Auseinandersetzung mit Werten. Sie vermitteln über ihre Profile auf den sozialen Netzwerken nämlich Rollenbilder sowie Schönheitsideale, die es kritisch zu betrachten gilt (Jugend und Medien, ohne Datum, a).

## 5.4 Theorie des sozialen Vergleichs

Die Theorie des sozialen Vergleichs hält fest, dass Menschen Wahrnehmungen und Informationen über sich selbst durch den Vergleich mit anderen Menschen bestimmen. Die Theorie des sozialen Vergleichs wurde 1954 vom Sozialpsychologen Leon Festinger definiert und wird seither als Grundlage für unterschiedliche Studien verwendet sowie laufend weiterentwickelt (Katja Corcoran, Jan Crusius & Thomas Mussweiler, 2011, S. 119).

Gemäss der Theorie des sozialen Vergleichs von Festinger vergleichen sich Individuen mit anderen als Mittel der Selbstexploration. Dabei geht es um den Drang nach Bestätigung des eigenen Selbst, wobei dies in der Lebensphase der Jugend von besonderer Bedeutung ist (Klaus Jonas, Wolfgang Stroebe & Miles Hewstone, 2014, S. 148). Festinger hält zwei Arten des sozialen Vergleichs fest. Er spricht einerseits von einem aufwärtsgewandten sozialen Vergleich und andererseits von einem abwärtsgewandten sozialen Vergleich (ebd.). Der aufwärtsgewandte soziale Vergleich stellt einen Vergleich dar mit Personen, die der vergleichenden Person im

sozialen Status übergeordnet erscheinen und denen man nacheifert wie beispielsweise mediale Vorbilder. Das Individuum erhofft sich aus dem aufwärtsgewandten Vergleich eine Optimierung des eigenen Selbst. Auf lange Sicht können jedoch negative Konsequenzen auf das eigene Selbstwertgefühl aus dem aufwärtsgewandten Vergleich resultieren. Der abwärtsgewandte Vergleich ist der Vergleich mit Menschen, denen sich die vergleichende Person überlegen fühlt, wodurch eine Stärkung des Selbst stattfindet (Jonas et al., 2014, S. 148).

Studien haben gezeigt, dass vor allem das weibliche Geschlecht eher zu aufwärtsgewandten sozialen Vergleichen neigt (Jasmine Fardouly, Rebecca T. Pinkus & Lenny R. Vartaniana, 2017, S. 32). Vor allem bei Vergleichen des eigenen Körpers mit dem von anderen, tendieren junge Frauen zu Aufwärtsvergleichen, also mit Personen, welche allgemein als attraktiver wahrgenommen werden. Aufwärtsgewandte Vergleiche haben im Gegensatz zu den abwärtsgewandten einen stark negativen Einfluss auf die Wahrnehmung des eigenen Körpers (ebd.).

#### 5.4.1 Der soziale Vergleich in den sozialen Medien

Soziale Vergleiche können sowohl im realen Leben als auch virtuell wie beispielsweise auf sozialen Netzwerken stattfinden. Der soziale Vergleich auf diesen Plattformen bringt einige Besonderheiten mit sich. Sie ermöglichen nämlich ein rasches Erstellen und Verbreiten von Nachrichten, Bildern und Videos. Die Nutzenden dieser Plattformen sind nicht nur passive Beobachtende, sondern können aktiv Inhalte erstellen und teilen (Fardouly et al., 2017, S. 33). Des Weiteren bieten soziale Medien wie beispielsweise Instagram die Möglichkeit, den Inhalten Gefällt-mir-Markierungen oder Kommentare anzufügen. Diese direkten sowie indirekten Bewertungen der Inhalte können sich negativ auf das Körperbild der Nutzenden auswirken, weil dadurch oft Interaktionen in Bezug auf das Aussehen stattfinden, die den sozialen Vergleich verstärken (Marika Tiggemann & Mia Zaccardo, 2015, S. 62).

Im Gegensatz zu den klassischen Medien wie beispielsweise Zeitschriften oder Fernsehen ist der soziale Vergleich in Bezug auf das Aussehen in den sozialen Medien ausgeprägter. Während klassische Medien nämlich generell die Möglichkeit bieten, sein Aussehen mit dem von bekannten Models oder Prominenten zu vergleichen, gibt es in den sozialen Medien eine Vielzahl von Menschen aus dem nahen Umfeld wie Freund\*innen oder Gleichaltrige (Fardouly et al., 2017, S. 32).

Tiggemann und Zaccardo (2015) erläutern, dass viele potenzielle Vergleichspersonen in sozialen Medien den Individuen nämlich deutlich ähnlicher sind und in Bezug auf das Aussehen weniger extreme Standards repräsentieren als die in den traditionellen Medien präsentierten Stars und Models (S. 63). Da Individuen Vergleiche mit ähnlichen Personen vorziehen, ist anzunehmen, dass Vergleiche des eigenen Körperbildes mit dem Körperbild einer Person aus dem eigenen Umfeld öfters vorgenommen werden und soziale Medien somit ein grosses Potenzial für Vergleiche bieten. Vermutlich beziehen sich die sozialen Vergleiche dennoch überwiegend auf idealisierte Darstellungen, da online mehrheitlich bearbeitete und somit perfektionierte Bilder verbreitet werden (Tiggemann & Zaccardo, 2015, S. 63).

## 5.5 Einflüsse sozialer Medien auf Jugendliche

Richard M. Perloff (2014) betont, dass die Einflüsse von sozialen Medien auf Jugendliche sehr komplex und unterschiedlich sind (S. 367). Somit kann man die Auswirkungen von sozialen Medien auf Jugendliche nicht verallgemeinern. Wie stark Instagram und andere soziale Netzwerke Jugendliche beeinflussen, hängt stark von persönlichen Eigenschaften der Individuen ab. Trotzdem konnten durch unterschiedliche Studien Folgerungen bezüglich der Auswirkungen von sozialen Medien auf Jugendliche, insbesondere junge Frauen, gezogen werden. Die Ergebnisse der Studien haben erwiesen, dass die Auswirkungen in drei übergeordnete Kategorien eingeteilt werden können, nämlich in die Bereiche Körperwahrnehmung, Bewegungsverhalten und Ernährungsverhalten (ebd.).

Da der Fokus der vorliegenden Bachelorarbeit auf den Auswirkungen von sozialen Medien auf die Körperwahrnehmung Jugendlicher liegt, wird nur auf diese Kategorie näher eingegangen.

### 5.5.1 Körperwahrnehmung

Da bis anhin Studien bezüglich der Auswirkungen sozialer Medien vorwiegend im englischsprachigen Raum veröffentlicht wurden, ist es wichtig, die verwendeten Begriffe korrekt zu übersetzen. «Body-Image» und «Body-Dissatisfaction» sind die meistgenannten und untersuchten Begriffe. Grundsätzlich lassen sich beide Begriffe mit dem Überbegriff der Körperwahrnehmung übersetzen. Die beiden Begriffe unterscheiden sich jedoch trotzdem in ihrer Bedeutung. Der Begriff Body-Image bezeichnet, wie Personen ihren eigenen Körper im Spiegel oder in ihrer eigenen Vorstellung wahrnehmen. Body-Dissatisfaction bedeutet hingegen die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper. Diese Körperunzufriedenheit resultiert oft aus einer falschen Wahrnehmung des eigenen Körpers (Tiggemann & Zaccardo, 2015, S. 61).

## 5.5.2 Einfluss sozialer Medien auf die Körperwahrnehmung

Eine Studie aus dem Jahr 2010 untersuchte den Zusammenhang der Internetnutzung und der eigenen Körperzufriedenheit. In der Studie wurden soziale Medien, Printmedien und Fernsehen bezüglich ihres Einflusses auf die Zufriedenheit von Personen mit dem eigenen Körper untersucht. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Nutzung sozialer Medien im Vergleich zu Printmedien oder Fernsehen eine größere negative Beeinflussung auf die eigene Körperwahrnehmung haben kann (Marika Tiggemann & Jessica Miller, 2010, S. 79-81).

Evelyn P. Meier und James Gray (2014) erläutern, dass die Beeinflussung durch soziale Medien nicht von der Dauer, sondern von der Art der Nutzung abhängig ist. Personen, die also besonders viel Zeit auf sozialen Netzwerken mit dem Hochladen eigener Fotos sowie dem Betrachten von Fotos anderer verbringen, sind eher gefährdet, in ihrer eigenen Körperwahrnehmung beeinflusst zu werden. Durch die Beeinflussung der Körperwahrnehmung neigen diese Personen eher dazu, mit ihrem eigenen Körper unzufrieden zu sein und nach einem dünnen Körperideal zu streben (S. 200-202). Auch Menschen, die viel Wert darauf legen, dass ihre Fotos von anderen kommentiert oder mit einem «Gefällt mir» markiert werden, neigen verstärkt zu einer negativen Beeinflussung ihrer Körperwahrnehmung und somit zu einer erhöhten Körperunzufriedenheit (Meier & Gray, 2014, S. 203). Diese Ergebnisse zeigen deutlich auf, dass vor allem fotobasierte Aktivitäten in den sozialen Medien Auswirkungen auf die Körperwahrnehmung der Nutzenden haben können.

### 5.5.2.1 Der Einfluss von Instagram auf die Körperwahrnehmung

Aus den oben resultierten Ergebnissen ist Instagram als rein auf Bilder und Videos basierendes soziales Netzwerk interessant. Die Nutzenden dieser Plattform können selbst entscheiden, welche Bilder sie hochladen und wie sie sich auf Instagram zeigen möchten. Die meisten entscheiden sich für Fotos, welche sie selbst möglichst vorteilhaft zeigen (Joshua Hendrickse, Laura M. Arpan, Russell Clayton & Jessica L. Ridgway, 2017, S. 93).

Dementsprechend werden laut Hendrickse et al. (2017) überwiegend idealisierte Bilder auf der Plattform geteilt, die teilweise durch die Verwendung von Bildbearbeitungsprogrammen stark von der Realität abweichen. Dies führt dazu, dass Nutzende meist nur die besten Fotos auf der Startseite von Instagram zu sehen bekommen. Diese perfekt inszenierten Fotos zeigen oft dasselbe Körperideal auf, nämlich das Thin-Ideal. Wird Instagram regelmässig genutzt, kann dies zu einer Verinnerlichung dieses Ideals führen (S. 93-94). Das Thin-Ideal wird von den meisten

Nutzenden als Standard-Körperideal angesehen, welches es zu erreichen gilt (Hendrickse et al., 2017, S. 94).

### 5.5.3 Körperwahrnehmung und Körpersozialisation bei Jugendlichen

Das Verhältnis mit dem eigenen Körper wird bereits im Kindesalter bei Mädchen anders thematisiert als bei Jungen. Laut Waltraud Posch (1999) werden Mädchen nämlich bereits von klein auf dazu sozialisiert, dass Schönheit wichtig ist und Anerkennung in der Gesellschaft bringt (S. 83). Unter Berücksichtigung dieser Aspekte gehen auch die Themen Körperideal und Gewicht einher. Dies ist daran zu erkennen, dass sich Mädchen bereits in jungem Alter mit ihrem Körpergewicht beschäftigen und dieses versuchen zu kontrollieren (ebd.).

Friedrich Teutsch, Gunter Maier und Rosemarie Felder-Puig (2017) betonen, dass die Orientierung an idealisierten Körpertypen bei Jugendlichen, insbesondere Mädchen, zu ungesunden und gesundheitsgefährdeten Gewohnheiten führen kann (S. 1). Jugendliche mit einem negativen Körperbild leiden häufiger unter einem geringen Selbstwertgefühl sowie psychischen und sozialen Problemen. Diese Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper kann dazu führen, dass ungesunde Massnahmen zur Gewichtskontrolle und Gewichtsabnahme ausgeübt werden, welche in Essstörungen resultieren können (Teutsch et al., 2017, S. 6).

## 5.6 Positive Auswirkungen von sozialen Medien

In den vorangegangenen Kapiteln haben die Autorinnen viel über die negativen Auswirkungen der sozialen Medien gesprochen. In diesem Unterkapitel möchten die Autorinnen jedoch auch auf einige positive Auswirkungen sozialer Medien eingehen. Jugend und Medien (ohne Datum) benennt folgende:

- **Soziale Fähigkeiten:** In den sozialen Medien können die Kinder und Jugendlichen Beziehungen aufbauen, diese pflegen, Gedanken teilen und sich austauschen. Dies kann gerade im Jugendalter, während der Ablösung des Elternhauses, hilfreich sein (Jugend und Medien, ohne Datum, b).
- **Eigene Ideen entwickeln:** Die sozialen Medien werden inzwischen als wichtige Sozialisationsinstanz bezeichnet. Denn durch die virtuelle Rückmeldung können die Kinder und Jugendlichen testen, was gut ankommt und was nicht. Dies trägt zur Identitätsbildung bei (ebd.).

- **Immer vernetzt sein:** Dadurch, dass ohne Verzögerung kommuniziert wird, sind die eigenen Freunde immer nahe, auch wenn diese gerade nicht neben einem sitzen (Jugend und Medien, ohne Datum, b).
- **Gleichgesinnte finden:** Online können sich die Kinder und Jugendlichen vernetzen und sich mit Gleichgesinnten austauschen.
- **Informieren:** Die Sozialen Medien werden immer mehr auch als Informationsplattform genutzt. So können Informationen geteilt und Veranstaltungstipps erfahren werden (ebd.).

In diesem Kapitel wird deutlich, dass die Nutzung sozialer Medien und deren Inhalte unterschiedliche Auswirkungen auf Jugendliche haben können. Einerseits können soziale Medien Jugendliche in der Erkundung und Findung der eigenen Identität unterstützen und diesen Prozess erleichtern. Andererseits vermitteln sie mediale Schönheitsideale, welche die Körperzufriedenheit Jugendlicher, insbesondere bei Mädchen, aufgrund ihres Vergleichsverhaltens oft auf negative Weise beeinflusst. Durch diesen medialen sozialen Vergleich, der durch soziale Medien wie Instagram möglich wird, kann die Körperwahrnehmung Jugendlicher oftmals negativ beeinflusst werden. Idealisierte und bearbeitete Bilder werden somit auf Instagram wahrgenommen, was zu einer erhöhten Körperunzufriedenheit und weiteren negativen Folgen in Bezug auf den eigenen Körper führen kann. Zusammenfassend haben die Autorinnen festgestellt, dass die Nutzung von sozialen Medien bei Jugendlichen mehr Risiken als Chancen aufweist.

## 6 Das Körperbild

In diesem Kapitel möchten die Autorinnen aufzeigen, was ein Körperbild ist, aus welchen Komponenten es zusammengesetzt ist und wie es entsteht. Zudem werden das positive, negative sowie das neutrale Körperbild beschrieben und erläutert, wieso eine positive Ansicht auf den eigenen Körper, vor allem im Jugendalter, besonders wichtig ist.

### 6.1 Das eigene Körperbild

Jede Person hat ein eigenes Körperbild von sich. Barbara Sixt (ohne Datum) kategorisiert diese in die perzeptive, kognitive, affektive und behaviorale Komponente. Gemäss Gesundheitsförderung Schweiz (2016) setzen sie sich folgendermassen zusammen (S. 1-2):

### 6.1.1 Perzeptive Komponente – Wahrnehmung

Oft entspricht das Bild, welches wir von unserem Körper haben, nicht immer der Realität. Die Differenz zwischen der eigenen Wahrnehmung unseres Körperbildes und dem tatsächlichen Aussehen des Körpers wird als perzeptives Körperbild bezeichnet (Gesundheitsförderung Schweiz, 2016, S. 1-2).

### 6.1.2 Kognitive Komponente – Denken

Unser Körperbild wird stark durch unsere Gedanken bestimmt. Unsere Gefühle gegenüber unserem Körper hängen oft mit bestimmten Gedanken oder Überzeugungen zusammen. Wenn Jugendliche das Gefühl haben, dass ein Merkmal des eigenen Körpers nicht die richtige Farbe, Grösse oder Form hat, können sie eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper entwickeln, weil er nicht ihrer Vorstellung eines idealen Körperbaus entspricht (ebd.).

### 6.1.3 Affektive Komponente – Gefühle

Unser Aussehen verbinden wir automatisch mit Gefühlen. Diese Ebene wird als affektives Körperbild beschrieben. Es umfasst zum Beispiel die (Un-)Zufriedenheit mit unserem äusseren Erscheinungsbild, unserem Gewicht, einzelnen Körperteilen oder dem Körperbau (Gesundheitsförderung Schweiz, 2016, S. 1-2).

### 6.1.4 Behaviorale Komponente – Verhalten

Wenn eine Unzufriedenheit mit dem Körper vorhanden ist, kann dies dazu führen, dass an bestimmten Aktivitäten nicht mehr teilgenommen wird, da diese Unbehagen auslösen. So kann es sein, dass beispielsweise sportliche Aktivitäten gemieden werden (ebd.).

## 6.2 Das Körperbild bei Jugendlichen

August Flammer und Françoise D. Alsaker (2002) erläutern, dass das Körperbild ein wichtiger Bestandteil des Selbstkonzepts in der Adoleszenz darstellt. Die körperlichen Veränderungen in dieser Lebensphase wirken sich auf das Erscheinungsbild aus (S. 152). Jugendliche setzen sich in diesem Zusammenhang mit ihrer eigenen Attraktivität auseinander. Zudem gehören sie vermehrt zu der Zielgruppe der Modeindustrie, wodurch sie über unterschiedliche Medien erfahren, wie ein idealer Körper auszusehen hat (ebd.). Die Autorinnen vermuten, dass die Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen Vorstellungen von Schönheits- und

Körperidealen einen grossen Druck auf Jugendliche und ihr Körperbild ausüben und eine negative Wahrnehmung des eigenen Körperbilds zur Folge haben kann (Flammer & Alsaker, 2002, S. 152).

### 6.3 Negatives Körperbild

Das negative Körperbild zeichnet sich dadurch aus, dass eine Person negative Gefühle und Gedanken in Bezug auf ihren eigenen Körper hegt und mit dem Körper unzufrieden ist (Gesundheitsförderung Schweiz, 2016, S. 4). Von dieser Körperunzufriedenheit können auch nur einzelne Körperteile betroffen sein. Nicht nur über- oder untergewichtige Jugendliche können ein negatives Körperbild entwickeln, sondern auch Normalgewichtige (Gesundheitsförderung Schweiz, 2013, S. 12). Alle Menschen werden durch individuelle und gesellschaftliche Ansichten sowie durch medial vermittelte Botschaften in ihrer persönlichen Vorstellung, wie sie auszusehen haben, beeinflusst. Ein negatives Körperbild kann gemäss Gesundheitsförderung Schweiz (2014) ein gestörtes Essverhalten oder psychische Probleme hervorrufen (S. 5-6).

### 6.4 Neutrales Körperbild

Um alle drei Arten des Körperbildes darzustellen, wird hier noch kurz erwähnt, was unter dem neutralen Körperbild verstanden wird. Es wird von Gesundheitsförderung Schweiz (2013) folgendermassen definiert: «Bei einem neutralen Körperbild ist man nicht vollständig zufrieden mit seinem Körper, aber das eigene positive Selbstbild wird dadurch nicht gestört» (S. 13).

### 6.5 Positives Körperbild

Gemäss Gesundheitsförderung Schweiz (2016) fühlt sich eine Person mit einem positiven Körperbild im eigenen Körper wohl, kümmert sich um seine Bedürfnisse und ist mit ihm zufrieden, unabhängig von Gewicht, Körperform oder Unvollkommenheiten. Die oft in den Medien unrealistisch dargestellten Körperideale werden dank eines guten Selbstwertgefühls abgelehnt. Ebenfalls verfügen Menschen mit einem positiven Körperbild über ein positiveres Selbstwertgefühl, mehr Selbstakzeptanz sowie eine gesündere Einstellung zu Lebensmitteln, Essen und Bewegung. Ein positives Körperbild ist für unsere physische wie aber auch psychische Gesundheit von grosser Bedeutung (S. 2).

### 6.5.1 Entwicklung eines positiven Körperbilds

Die Fachstelle PEP - Prävention, Essstörungen, Praxisnah - setzt sich zusammen mit Gesundheitsförderung Schweiz ein, dass Kinder und Jugendliche möglichst unabhängig von äusseren Einflüssen ein positives Körperbild entwickeln können. Laut der Fachstelle PEP (ohne Datum) ist eine positive Einstellung zum eigenen Körper eine Voraussetzung dafür, dass gesundheitsförderliche und präventive Massnahmen für eine gesunde Ernährung und mehr Bewegung bei Kindern und Jugendlichen wirksam sind.

Gesundheitsförderung Schweiz (2014) gibt folgende vier Empfehlungen für die Entwicklung eines positiven Körperbildes (S. 13):

#### 6.5.1.1 Fokus auf Steigerung von Gesundheit und Wohlbefinden

Die Expert\*innen empfehlen, eher auf die Gesundheit und Fitness anstelle des Gewichts, der Körpergrösse oder der Körperform zu fokussieren (ebd.). Ebenfalls kann die Wertschätzung dem Körper gegenüber, für alles was er tagtäglich leistet, zu einer ausgeprägten Zufriedenheit mit dem eigenen Körper beitragen. Die Eltern können als Rollenmodel den Kindern und Jugendlichen gesundes Verhalten vorleben und bei ihren Kindern verstärkt auf die ganzheitliche Gesundheit statt auf das Gewicht fokussieren (Gesundheitsförderung Schweiz, 2014, S. 13).

#### 6.5.1.2 Vor negativen Einflüssen schützen

Die unter anderem in den sozialen Medien präsenten und unrealistischen Schönheitsideale können zu einem negativen Körperbild beitragen. Ebenfalls sollte der Kontakt zu Personen, welche andere ausschliesslich nach ihrem Äusseren beurteilen, nach Möglichkeit hinterfragt und minimiert werden (ebd.).

#### 6.5.1.3 Positives soziales Umfeld haben

Gesundheitsförderung Schweiz (2014) betont, dass ein positives Umfeld, welches einen unterstützt und bestärkt, das Leben zu geniessen und gesunde Verhaltensweisen in den Alltag einzubauen, zu einer Steigerung des Wohlbefindens und zu einem positiven Körperbild beitragen kann (S. 13).

#### 6.5.1.4 *Sich dem eigenen Körper gegenüber wertschätzend verhalten*

Negative Aussagen über den eigenen Körper oder den Körper anderer können negative Auswirkungen haben. Deshalb ist es wichtig, sich darüber bewusst zu sein und im Gegenzug seinen Körper wertzuschätzen sowie mit einer wohlwollenden Art zu pflegen. Zudem sollen die Bedürfnisse des Körpers wie genügend Schlaf und gesunde Ernährung wahrgenommen und befriedigt werden (Gesundheitsförderung Schweiz, 2014, S. 13).

#### 6.5.2 **Body-Positivity-Bewegung**

Die Body-Positivity-Bewegung ist seit einiger Zeit vor allem in den sozialen Medien sehr präsent. Mit dem Hashtag #bodypositivity sind auf Instagram 7.8 Millionen Beiträge versehen. Gemäss der Zeitung Stuttgarter Nachrichten (2020) steht die Bewegung für die Akzeptanz des Körpers, unabhängig von körperlichen Fähigkeiten, Geschlecht, Grösse, Aussehen oder Ethnie. Bereits in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts sind erste Body-Positivity-Ansätze zu finden. Dazumal wurde die Bewegung «Victorian Dress Reform Movement» genannt und hatte zum Zweck, die Verwendung des Korsetts abzuschaffen, um die damals moderne winzige Taille zu erreichen (ebd.).

Auch diverse bekannte Marken zeigen seit einiger Zeit Models, welche nicht dem gängigen Schönheitsideal der westlichen Gesellschaft entsprechen. Die Marke Dove (ohne Datum) hat sich dazu entschieden, in all ihren Kampagnen nur noch «echte» Frauen, unterschiedlichen Alters, Kleidergrösse und Ethnie anstelle von Models zu zeigen. Damit wollen sie die Vielfalt der Bevölkerung widerspiegeln. Ebenfalls verzichten sie auf digitale Veränderungen wie das Retuschieren bestimmter Körperpartien. Auch unterrichtet das Dove Projekt seit über zehn Jahren in den Themen positives Körpergefühl sowie Selbstwertgefühl. Laut Dove (ohne Datum) konnten sie so bereits über 20 Millionen junge Menschen erreichen.

Dieses Kapitel hat aufgezeigt, dass das Körperbild durch die Gedanken, das Fühlen, die Wahrnehmung und das Verhalten geprägt wird. Die Autorinnen haben in diesem Kapitel beschrieben, dass sich Personen mit einem positiven Körperbild im eigenen Körper wohler fühlen und mit diesem auch besser umgehen. Anhand von vier Empfehlungen wurde aufgezeigt, wie die Entwicklung eines gesunden und vor allem positiven Körperbilds gefördert werden kann. Ebenfalls wurde die Body-Positivity-Bewegung erläutert und aufgezeigt, wie bekannte Marken wie beispielsweise Dove immer mehr auf Menschen mit unterschiedlichen Körpermerkmalen anstelle von klassischen, dem Schönheitsideal entsprechenden Models in ihren Kampagnen

setzen. In den nachfolgenden Kapiteln wird erläutert, wie die Schulsozialarbeit spezifisch einen Beitrag dazu leisten kann, sodass die Jugendlichen einen gesunden Umgang mit den auf Instagram präsenten Schönheitsidealen lernen und somit auch ein positives Körperbild entwickeln können. Zunächst wird die Schulsozialarbeit als Handlungsfeld der Sozialen Arbeit differenziert beleuchtet.

## 7 Schulsozialarbeit und ihre Aufgaben und Prinzipien

Das nachfolgende Kapitel fokussiert sich auf das Arbeitsfeld der Schulsozialarbeit. Es wird dargelegt, was die Funktionen sowie die Aufgaben der Schulsozialarbeitenden sind und nach welchen Grundprinzipien in diesem Arbeitsfeld gearbeitet wird. Die Autorinnen haben sich bewusst für das Setting der Schule entschieden, da die Jugendlichen einen Grossteil ihrer Zeit dort verbringen und dadurch auch geprägt und beeinflusst werden. Im folgenden Kapitel werden die Begriffe Schulsozialarbeit sowie Soziale Arbeit in der Schule synonym verwendet, da sie dasselbe implizieren, jedoch von verschiedenen Autor\*innen unterschiedlich eingesetzt werden.

### 7.1 Funktionen der Sozialen Arbeit in der Schule

Kurt Gschwind, Uri Ziegele und Nicolette Seiterle (2014) schreiben der Schulsozialarbeit die drei Aufgaben Prävention, Früherkennung und Behandlung von (bio-)psychosozialen Problemen zu (S. 40). Um die (bio-)psychosozialen Probleme zu beschreiben, ist ein Exkurs zu den Konzeptionen der Gesundheit notwendig. Es wird zwischen Krankheits- und Gesundheitsmodellen unterschieden, wie auf der untenstehenden Abbildung sichtbar wird. Im Rahmen dieser Bachelorarbeit ist vor allem das Biopsychosoziale Modell, welches den Gesundheitsmodellen angegliedert ist, bedeutend.



Abbildung 2: Krankheits- und Gesundheitsmodelle (Claudia Meier Magistretti, 2020)

Das Biopsychosoziale Modell geht davon aus, dass biologische, psychologische und soziale Faktoren nicht eigenständig wirken, sondern ineinander verflochten sind und somit ganzheitlich betrachtet werden müssen (Matthias Richter & Klaus Hurrelmann, 2016, S. 11). Etwas anders formuliert wird dies von Georg Jungnitsch (1999):

*«Der Grundgedanke des Engel'schen Modells besteht darin, dass alle drei Bedingungen – die biologisch-organische, die psychische und die soziale – in sich kontinuierlich ändernde Wechselbeziehungen stehen und aus diesen Faktoren und deren Veränderungen sich Entwicklung und Verlauf von Störungen erklären lassen» (S. 31).*

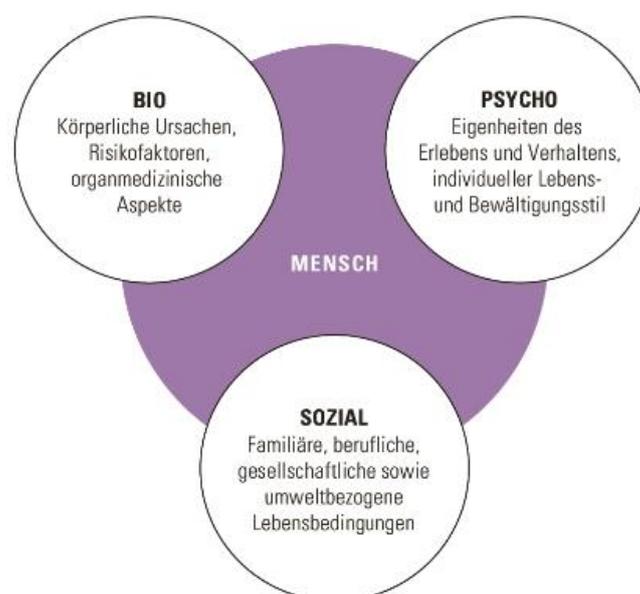


Abbildung 3: Biopsychosoziales Modell (Psychiatrie-Dienste Süd, ohne Datum)

Wie bereits erwähnt, haben Gschwind et al. (2014) den Professionellen der Sozialen Arbeit im Kontext der Schule die Aufgaben der Prävention, Frühintervention und Behandlung von biopsychosozialen Problemen zugeschrieben (S. 40). Gemäss dem biopsychosozialen Modell von George L. Engel beeinflussen sich die biologischen, psychologischen und sozialen Faktoren gegenseitig. Dementsprechend muss die Schulsozialarbeit einen breiten Fokus einnehmen, um ihre Aufgaben erfüllen zu können (Engel, 1977, zit. in Jungnitsch, 1999, S. 31).

### 7.1.1 Prävention

Wenn von Prävention gesprochen wird, kann zwischen zwei Ansätzen unterschieden werden. Die Verhaltensprävention und die Verhältnisprävention. Ersteres bezieht sich auf das Individuum und dessen Gesundheitsverhalten. Letzteres bezieht sich auf die Lebenswelt der Personen, also die Lebens- und Arbeitsverhältnisse (Bundesministerium für Gesundheit, 2019).

Wie auf der untenstehenden Abbildung sichtbar wird, kann zwischen drei Arten der Prävention unterschieden werden, wobei alle eine andere Zielgruppe im Fokus haben. Die universelle Prävention richtet sich an ganze Populationen. In dieser Kategorie werden Präventionskampagnen gestartet zum Beispiel auf der Gemeinde- und Schulebene. Unter die selektive Prävention fallen Massnahmen, welche sich an Personen mit erhöhtem Risiko richten. Im Beispiel von der Fachstelle Sucht richtet sich diese Präventionskategorie an Kinder aus suchtbelasteten Familien. Die indizierte Prävention fokussiert sich auf Personen, welche bereits erste Symptome oder ein Risikoverhalten aufzeigen (Infodrog, Schweizerische Koordinations- und Fachstelle Sucht, 2018).

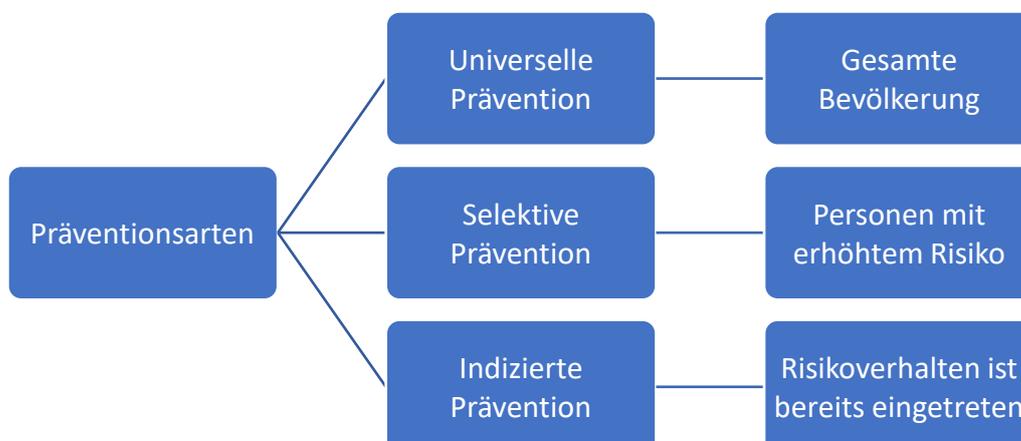


Abbildung 4: Eigene Darstellung Präventionsarten

### 7.1.2 Konzept Früherkennung und Frühintervention

Gemäss Gschwind et al. (2014) gehört die Prävention ebenfalls zu den Aufgaben der Schulsozialarbeitenden (S. 40). In den Schulen hat sich seit einiger Zeit das Konzept der Früherkennung und Frühintervention, kurz F&F, durchgesetzt und etabliert. Gemäss Radix, dem Schweizerischen Kompetenzzentrum für Gesundheitsförderung und Prävention (2010), wurde F&F ursprünglich für das Setting der Suchtprävention entwickelt mit dem Ziel, Suchtmittelmissbrauch oder Suchtentwicklung frühzeitig zu erkennen und zu intervenieren (S. 5-6). Nachdem erste Erfahrungen im Bereich der Schule gemacht wurden, wurde das Konzept auf das Erkennen und Bearbeiten von Symptomen und Manifestationen auch anderer Gefährdungen oder Risikoentwicklungen ausgeweitet. Inzwischen werden auch aggressives, antisoziales oder delinquentes Verhalten wie aber auch allgemein Verstösse gegen Normen und Regeln sowie in der Person liegende Problematiken wie Essstörungen, Depressivität oder sozialer Rückgang angegangen (ebd.).

### 7.1.3 Früherkennung und Frühintervention in der Schule

Radix (2010) betont, dass Schulen aus mehreren Gründen ein sinnvolles Setting für die Früherkennung und Frühintervention darstellen (S. 5). Die Schule ist ein zentraler Sozialisationsort für Kinder und Jugendliche. Jugendliche befinden sich entwicklungsstechnisch in einer anspruchsvollen Phase, welche die Bewältigung unterschiedlicher Aufgaben beinhaltet. Dank der bestehenden Schulpflicht in der Schweiz können an diesem Ort fast alle Kinder und Jugendliche erreicht werden. Dies ermöglicht, dass auftretende oder bereits bestehende Probleme in der Schule von Lehrpersonen oder anderen Fachpersonen wahrgenommen werden. Somit bieten sich Schulen aufgrund ihrer Schulstruktur ideal an, um Projekte bezüglich der Früherkennung und Frühintervention zu initiieren. Bei Früherkennungs- und Interventionsprojekten in der Schule handelt es sich somit um verhältnisorientierte Präventionsprojekte (Radix, 2010, S. 5-6).

### 7.1.4 Behandlung von (bio-)psychosozialen Problemen

Für Gschwind et al. (2014) bedeutet die Behandlung von (bio-)psychosozialen Problemen, dass diese mithilfe professioneller Interventionsversuche beseitigt oder immerhin nicht schlimmer werden. Ein unerwünschter gegenwärtiger Zustand soll durch direkte oder indirekte Massnahmen in einen erwünschten Zustand umgewandelt werden (S. 43). Die Professionellen der Sozialen Arbeit nehmen in der Schule bei der Behandlung von (bio-)psychosozialen

Problemen eine zentrale Rolle ein, da sie in direktem Kontakt mit den Anspruchsgruppen (Kindern, Jugendlichen, Erziehungsberechtigten etc.) stehen. Als Fachperson stehen sie in engem Kontakt mit schulischen und schulnahen Diensten und können bei Bedarf eine Triage vornehmen, sodass eine gelingende Behandlung gewährleistet werden kann (Gschwind et al., 2014, S. 43-44).

Die untenstehende Abbildung zeigt noch einmal zusammenfassend die Aufgaben der Schulsozialarbeitenden auf.

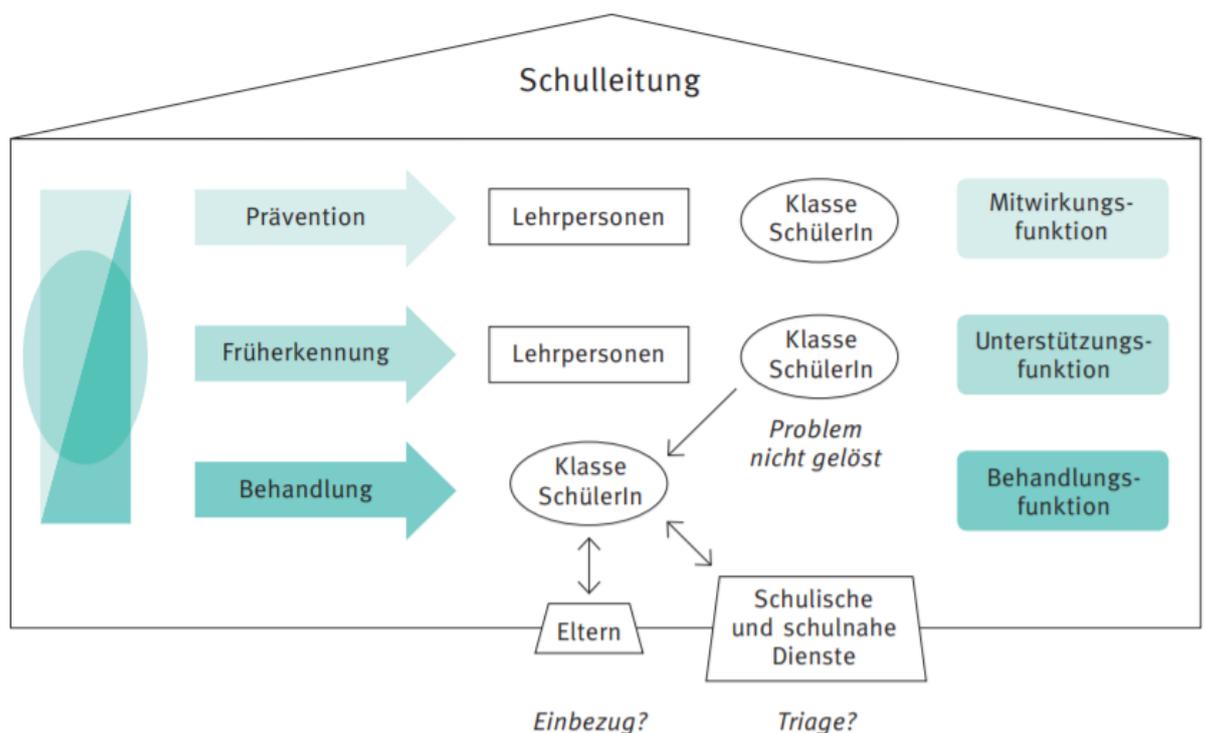


Abbildung 5: Soziale Arbeit in der Schule (Gschwind et. al., 2014, S. 44).

## 7.2 Grundprinzipien der Sozialen Arbeit in der Schule

Gschwind et al. (2014) haben vier Grundprinzipien erarbeitet, welche für die Schulsozialarbeitenden zentral sind. Diese umfassen die Nähe zu den Lebenswelten der Anspruchsgruppen, eine niederschwellige Zugänglichkeit, das Arbeiten nach dem systemisch-lösungsorientierten Ansatz, die Akzeptanz von Vielfalt und Diversität sowie das partizipative Handeln (S. 62).

### 7.2.1 Lebensweltorientierung

Wenn gemäss der Lebensweltorientierung gearbeitet wird, wird auf die in den Lebenswelten vorgefundenen Probleme von Menschen eingegangen und gemeinsam mit ihnen eine Vision für ein gelingenderes Leben zu entwickeln versucht (Bernd Dollinger & Jürgen Raithel, 2006, S. 122).

Dollinger und Raithel (2006) betonen, dass sich eine lebensweltorientierte Soziale Arbeit einerseits an den Adressat\*innen orientiert, an ihren Deutungen ihrer Lebensverhältnisse, Lebensschwierigkeiten sowie ihren Ressourcen. Andererseits bezieht sie sich auf subjektbezogene wie auch auf gesellschaftliche Bedingungen und Möglichkeiten. Im Mittelpunkt steht dabei die Stärkung der Lebensräume und der sozialen Bezüge der Adressat\*innen und ihrer Ressourcen und (Selbst-)Hilfemöglichkeiten, um ihnen so einen gelingenderen Alltag zu ermöglichen (S. 122).

Da gerade im Setting der Schulsozialarbeit viele verschiedene Lebenswelten und -arten vorherrschen, erachten die Autorinnen den lebensweltorientierten Ansatz als besonders wichtig, um die Schüler\*innen individuell unterstützen zu können.

### 7.2.2 Niederschwelligkeit

Um eine niederschwellige Zugänglichkeit der Schulsozialarbeit zu gewährleisten, sind zwei Faktoren besonders wichtig. Zum einen eine passende Wahl und adressatengerechte Einrichtung der Räumlichkeiten und zum anderen eine hohe Präsenzzeit bzw. Erreichbarkeit vor Ort. Ebenfalls ist es wichtig, eine empathische und akzeptierende Haltung einzunehmen und auch spontane, formelle und informelle Gespräche zu ermöglichen. (Gschwind et al., 2014, S. 61).

### 7.2.3 Systemisch-lösungsorientiertes Arbeiten

Das Zentrum für lösungsorientierte Beratung ZLB Schweiz befasst sich mit dem lösungsorientierten Ansatz. Das lösungsorientierte Denken ist aus dem Konstruktivismus entstanden. Nach diesem Ansatz gibt es keine absolute Wahrheit. Jeder Mensch konstruiert seine eigene Wahrnehmung und Wirklichkeit durch das Denken, die Sprache und das Handeln (Zentrum für lösungsorientierte Beratung, ohne Datum). Ralph Messmer (ohne Datum) hält in seiner Basisdokumentation fest, dass die Lösung und nicht das Problem im Zentrum stehen soll. Er definiert dazu unter anderem folgende lösungsorientierte Haltungen:

- Die Probleme, welche die Klient\*innen zu einer Beratung geführt haben, stellen für diese auch echte Probleme dar
- Um in ihrer Umwelt zu bestehen und überleben, haben die Klient\*innen die für sie sinnvolle Wirklichkeit gehabt
- Die Lösung wird ins Zentrum gestellt, nicht die Analyse der Probleme
- Die Klient\*innen werden so behandelt, dass sie Expert\*innen für ihr Leben und demzufolge auch für die Lösung ihrer Probleme sind
- Die beratende Person dient als Wegbegleiter\*in, nicht als Expert\*in für das Problem (Messmer, ohne Datum).

#### 7.2.4 Diversität

Der Begriff der Diversität, englisch «Diversity», steht für einen bewussten und respektvollen Umgang mit Verschiedenheit und Individualität. Übersetzt heisst Diversity so viel wie «Vielfalt». Folgende Hauptmerkmale werden diesem Begriff zugeschrieben: Alter, Geschlecht, Ethnizität, soziale Herkunft, sexuelle Orientierung und physische sowie psychische Verfassung. Diversität setzt sich dafür ein, dass eine Diskriminierung aufgrund dieser Zugehörigkeiten abgebaut und eine Chancengleichheit aufgebaut wird (Hochschule München, ohne Datum). Eine gegenseitige Anerkennung und das Erlernen eines aktiven Umgangs mit Differenzen sind gemäss des IMST-Gender Netzwerks (ohne Datum) als ein wichtiges Ziel zu definieren. Ebenfalls geht es im pädagogischen Arbeitsfeld mit dem Diversitätsansatz darum, dass Differenzen als Ressourcen anerkannt werden und Gemeinsamkeiten erkannt und genutzt werden.

#### 7.2.5 Partizipation

Partizipation stammt aus dem Lateinischen «participare» und wird mit teilnehmen und Anteil haben übersetzt. Es bedeutet, dass die einzelnen Individuen an realen und bedeutsamen Entscheidungen und Entscheidungsverfahren Einfluss nehmen können (Verlag das Netz, 2011). Der Ansatz der Partizipation wurde im Lehrplan 21 verankert. So wird festgehalten, dass der Unterricht, die Gemeinschaft und das soziale Zusammenleben von allen Beteiligten mitgestaltet wird und die Schüler\*innen lernen, sich ihrem Alter entsprechend einzubringen (Schulnetz 21, ohne Datum).

In diesem Abschnitt wurde erläutert, was genau die Aufgaben der Schulsozialarbeitenden sind. Anhand von Prävention, Früherkennung sowie Behandlung von (bio-)psychosozialen Problemen sollen die Schüler\*innen unterstützt werden, ihren Alltag zu meistern. Ebenfalls wurde der

Unterschied von Verhaltens- und Verhältnisprävention dargelegt und aufgezeigt, in welchen Bereichen die Schulsozialarbeit tätig sein kann. Es wurde herausgearbeitet, nach welchen Grundprinzipien die Schulsozialarbeitenden arbeiten, um möglichst nahe an den Schüler\*innen zu sein und in ihrer Lebenswelt agieren zu können.

## 8 Interventionsmöglichkeiten für die Schulsozialarbeit

Der Berufskodex der Sozialen Arbeit ist ein Argumentarium für die Praxis, um Interventionen der Professionellen der Sozialen Arbeit zu rechtfertigen. Zudem hält er verschiedene Ziele, Verpflichtungen, Grundsätze und Handlungsmaximen für das berufliche Handeln fest. Unter dem fünften Punkt – Ziele und Verpflichtungen der Sozialen Arbeit – wird festgehalten, dass die Soziale Arbeit Lösungen für soziale Probleme zu erfinden, entwickeln und vermitteln hat (Avenir Social, 2010, S. 7). Die Autorinnen betrachten die vorherrschenden Schönheits- und Körperideale, mit welchen Jugendliche auf sozialen Netzwerken konfrontiert werden als problematisch. Sie sind der Meinung, dass eine Aufklärung auf verschiedenen Ebenen wichtig ist, um auf das Problem aufmerksam zu machen und dies bestenfalls zu bekämpfen. Da die Schule ein wichtiger Sozialisationsort für Kinder und Jugendliche ist, erachten es die Autorinnen als besonders wichtig, dass in dem Handlungsfeld der Schule Interventionen bezüglich dieser Thematik stattfinden. Gerade die Anzahl von Jugendlichen, welche soziale Netzwerke wie Instagram regelmässig nutzen, zeigt auf, dass dies durchaus ein soziales Problem darstellen kann und die Soziale Arbeit, oder in diesem Fall die Schulsozialarbeit, eine Lösung dafür finden soll. Deshalb wird in diesem Kapitel darauf eingegangen, wie die Schulsozialarbeit intervenieren kann und einige Möglichkeiten aufgezeigt, die ihnen dabei zur Verfügung stehen.

### 8.1 Auftragsklärung der Schulsozialarbeit

Im Berufskodex der Sozialen Arbeit von Avenir Social (2010), wird unter dem Punkt 14.2 aufgeführt, dass es zum Auftrag der Professionellen der Sozialen Arbeit gehört, Entwicklungen in der Gesellschaft wahrzunehmen und auf allfällige Probleme einzuwirken. Ihr Wissen über soziale Problemlagen soll der Gesellschaft gewinnbringend vermittelt werden (S. 13). Im Kontext der Schule bedeutet dies somit für Schulsozialarbeitende, dass sie auftretende Probleme in der Lebenswelt der Schüler\*innen frühzeitig erkennen, diese aufgreifen und anhand ihres Wissens mit den Schüler\*innen bearbeiten (Christina Dinar & Cornelia Heyken, 2017, S. 5). Da soziale Medien ein wesentlicher Bestandteil der Lebenswelt heutiger Jugendlicher darstellen, erachten es die Autorinnen als essenziell, dass sich Schulsozialarbeitende mit den Themen veränderter Medienkonsum und den Auswirkungen dort präsenter Schönheitsideale auf Jugendliche

auseinandersetzen, um sensibilisiert mit den Schüler\*innen auf diese Themen eingehen zu können.

Laut dem Berufskodex von Avenir Social (2010) sind die Professionellen der Sozialen Arbeit unter Punkt 9.5 zudem dazu verpflichtet, Verschiedenheit anzuerkennen (S. 9). Die Vorstellungen von Schönheit und Körperidealen sind in der westlichen Gesellschaft jedoch stark verengt. Dies schränkt die Verschiedenheit der Menschen ein. Auch hier kann die Schulsozialarbeit einen wichtigen Beitrag zur Förderung von Verschiedenheit bei Jugendlichen leisten.

## 8.2 Workshop

Die Autorinnen empfehlen als passende Interventionsmöglichkeit für die Schulsozialarbeit die Durchführung eines Workshops zu den Themen Selbstliebe, Instagram und positive Körperwahrnehmung. Die Dauer kann von der durchführenden Person, je nach zeitlicher Ressource und Bedarf, individuell angepasst werden. Ein Workshop im Kontext Schule eignet sich bei der Bearbeitung der beschriebenen Themen besonders, da so gruppenspezifische Dynamiken genutzt werden können und die Themen so tiefgehend diskutiert und bearbeitet werden können. Sabine Ader (2013) betont, dass soziale Gruppen im Jugendalter eine zentrale Sozialisationsinstanz darstellen. Begegnung, Beziehung und Gemeinschaft beeinflussen die persönliche Bildung und Wertvorstellung eines Individuums massgeblich. Um die eigene Persönlichkeit zu entwickeln, sind Reaktionen und Rückmeldungen anderer Jugendlicher wichtig. Demzufolge geben Gruppen Sicherheit und Schutz und wirken sich gleichzeitig auch auf die persönliche Meinung und Haltung aus (S. 433-435). Wie im Kapitel 7.1.3 erläutert wurde, eignet sich die Schule als optimaler Ort für Frühinterventionen. Durch das frühzeitige Durchführen eines entsprechenden Workshops kann eine Verhältnisprävention sichergestellt werden.

Nachfolgend zeigen die Autorinnen anhand verschiedener Unterthemen auf, wie ein Workshop gestaltet werden könnte. Die Autorinnen empfehlen, die Durchführung des Workshops klassenweise zu gestalten, da sich die Schüler\*innen untereinander bereits kennen und so zu grosse Schüler\*innengruppen vermieden werden können. Die Zielgruppe sind Jugendliche zwischen 12-19 Jahren, also Schüler\*innen der Sekundarstufe I. Ihr Alltag ist stark durch das Smartphone und das Internet geprägt. Die Verwendung sozialer Medien spielt dabei eine zentrale Rolle in ihrem Leben, wie der Ergebnisbericht der JAMES-Studie (2020) aufgezeigt hat (S. 19). Die Autorinnen sehen den Workshop als geeignete Intervention, da er individuell auf die Bedürfnisse einer Klasse angepasst werden kann und die Jugendlichen so frühzeitig und

spielerisch mit diesen Themen in Kontakt treten können. Ebenfalls besteht die Chance, dass dank des Workshops gefährdete Jugendliche erkannt werden und von der Schulsozialarbeit bezüglich der entsprechenden Themen anschliessend in einem Einzelgespräch individuell beraten werden können.

### 8.2.1 Selbstreflexion

Damit eine Auseinandersetzung mit dem Thema Schönheitsideale stattfinden kann, ist die Reflexion mit den eigenen Werten und der eigenen Haltung unumgänglich. Deshalb empfehlen die Autorinnen, dass zu Beginn genau dies mit den Schüler\*innen thematisiert wird. Dies kann anhand allgemeiner Fragen mithilfe eines Leitfadens mit folgenden Beispielfragen gestaltet werden:

Was empfindest du als schön? Was empfinden deine Eltern als schön? Warum hat die Gesellschaft das Gefühl, dass nur schlanke Personen schön sind? Mit solchen und ähnlichen Fragen wird zuerst ein gemeinsamer Konsens gefunden und die Meinungen der Schüler\*innen abgeholt. Diese können anschliessend als Diskussionsgrundlage dienen.

### 8.2.2 Soziometrische Aufstellung zum Thema Schönheitsideal und Körperbild

Die Soziometrie ist eine Methode der empirischen Sozialforschung zur Erfassung von Gruppenstrukturen, welche von Jakob L. Moreno (1930) begründet wurde. Bei der soziometrischen Aufstellung werden Kriterien festgelegt, nach welchen sich die Teilnehmenden linear im Raum aufstellen (BMBWF, 2016).

Die Autorinnen empfehlen, die soziometrische Aufstellung in Gruppen von maximal zehn Personen durchzuführen. Sie gehen davon aus, dass sich zurückhaltende Personen eher trauen, sich zu äussern, wenn die Gruppe kleiner ist. Ebenfalls kann so besser auf die individuellen Bedürfnisse der Gruppe eingegangen und die verschiedenen Themen besprochen werden. Je nach Gruppendynamik und Klassenzusammensetzung ist es sinnvoll, die Schüler\*innen nach Geschlecht aufzuteilen, da die Schönheitsideale und deren Bedeutung bei Jungen und Mädchen sehr unterschiedlich sein können. Dementsprechend können auch die Themen, welche anschliessend diskutiert werden, variieren. Die moderierende Person kann zu Beginn folgende mögliche Sätze vorlesen (Logo! Jugendmanagement, ohne Datum):

- Ich nutze soziale Netzwerke wie z. B Instagram

- Ich lade mindestens einmal pro Woche einen Beitrag in den sozialen Medien hoch (Instagram-Stories zählen auch dazu)
- Bevor ich ein Foto bei Instagram hochlade, bearbeite ich es (z. B mit einem Fotobearbeitungsprogramm)
- Ich bin mit meinem Körper und meiner Figur zufrieden
- Ich empfinde Druck, den gängigen Schönheitsidealen, welche in den sozialen Medien gezeigt werden, zu entsprechen

Die Schüler\*innen stellen sich entlang einer Linie, welche entweder mit einer Schnur oder einem Malerklebeband vorgegeben ist, im Raum auf (Logo! Jugendmanagement, ohne Datum). An einem Ende der Linie steht «trifft zu», am anderen Ende «trifft nicht zu». Es besteht auch die Möglichkeit, sich an einem beliebigen Punkt entlang der Linie aufzustellen. Anschliessend wird mit den Schüler\*innen über das Ergebnis der Befragung diskutiert. Dies soll ihnen helfen, ihr eigenes Handeln zu reflektieren und ihre Haltung bezüglich Instagram und Schönheitsidealen kritisch zu hinterfragen (ebd.).

### 8.2.3 Instagram vs. Realität

Influencer\*innen machen häufig zahlreiche Bilder von sich selbst, bis sie schlussendlich eins haben, welches ihnen gefällt. Oft wird es dann noch zusätzlich bearbeitet, bevor es auf Instagram hochgeladen wird. Immer mehr Influencer\*innen laden auf Instagram Vergleichsbilder hoch mit der Überschrift «Instagram vs. Realität». Mit solchen Bildern wird beispielsweise aufgezeigt, wie ein bestimmtes Foto vor und nach der Bearbeitung mittels eines Filters oder Fotobearbeitungsprogramms aussieht. Mit solchen und ähnlichen Beispielen soll den Jugendlichen aufgezeigt werden, dass diese Bilder, welche sie in den sozialen Medien sehen, oftmals nicht der Realität entsprechen. Im Rahmen des Workshops könnten solche Bilder mithilfe einer PowerPoint-Präsentation gezeigt oder einige Bilder im Raum verteilt hingelegt werden, sodass in Kleingruppen darüber diskutiert werden kann. Anschliessend werden die Erkenntnisse im Plenum zusammengetragen. Im Kapitel 8.2.5 werden drei Influencer\*innen näher vorgestellt, welche regelmässig Vergleichsbilder auf Instagram hochladen um Nutzer\*innen auf diese Thematik aufmerksam zu machen.

### 8.2.4 Influencer\*innen kritisch hinterfragen

Im Kapitel 3.2 wurde beschrieben, was unter dem Begriff Influencer\*innen verstanden wird und wie sie mit Werbung ihr Geld verdienen. Gemäss des Landesmedienzentrum Baden-

Wüttemberg ist es deshalb sehr wichtig, Jugendliche zu sensibilisieren, Influencer\*innen kritisch zu hinterfragen. Denn oft besteht ihre Aufgabe darin, sich als nahestehende Person auszugeben, um ein Produkt vermarkten zu können. So werden Themen, welche unter anderem für Jugendliche besonders beliebt sind, angesprochen (LMZ, 2020, S. 6). Ein passendes Beispiel hierfür ist die Influencerin und Model Pamela Reif. Stand Juli 2021 hat sie 7.9 Millionen Abonnent\*innen auf Instagram. Mit ihrem eigenen Fitnessprogramm und ihrem durchtrainierten Körper gibt sie Schönheits- und Fitnesstipps ab. Dadurch beeinflusst sie ihre Follower\*innen, ihr nachzueifern und fördert so das stereotypische Bild vom weiblichen Schönheitsideal, welches auf Instagram am häufigsten zu sehen ist, nämlich das Thin-Ideal. Es ist deshalb besonders wichtig, den Jugendlichen aufzuzeigen, dass dies eine gezielte Werbestrategie sein kann und sie lernen, dass die Influencer\*innen die neue Art von Verkäufer\*innen sind (ebd.).

### 8.2.5 Positive Influencer\*innen vorstellen

Wie im Kapitel 8.2.3 beschrieben, wird es von den Autorinnen als besonders wichtig erachtet, den Schüler\*innen im Rahmen des Workshops neben dem kritischen Hinterfragen von Influencer\*innen und ihrer Werbung auch positive Beispiele vorzustellen. Denn diese leisten oft einen wichtigen Beitrag, um bearbeitete von realen Bildern zu unterscheiden und zeigen auf, wie anhand von verschiedenem Posieren und Fotobearbeitungsprogrammen eine völlig andere Perspektive auf den Körper herbeigeführt und das Aussehen verändert werden kann.

Die Autorinnen haben sich für folgende drei sogenannte «Body Positivity Influencer\*innen» entschieden:

Anja Zeidler

Anja Zeidler ist eine im Jahre 1993 geborene Luzernerin, welche in der Schweiz als Bodybuilderin bekannt wurde. Nach einiger Zeit entschied sie sich dazu, dass dies nicht der richtige Weg für sie sei. Nach einer Phase der Selbstfindung hat sich Anja Zeidler dazu entschieden, ihre Erfahrungen im Buch «Sei glücklich, nicht perfekt» niederzuschreiben (Anja Zeidler, ohne Datum). In der Zwischenzeit ist Anja Zeidler auch auf Instagram eine sehr bekannte Persönlichkeit geworden. Mit 272 Tausend Followern (Stand Juli 2021) ist sie für eine Schweizerin sehr bekannt. Auf ihrem Account geht es um Themen wie Selbstliebe oder ihren Körper während und nach der Schwangerschaft. Mit dem nebenstehenden Instagram-Beitrag zeigt sie auf, wie viele Influencer\*innen ihren Körper verstellen, um ihn so schlanker und gestraffter darzustellen. Sie möchte mit solchen Bildern erreichen, dass die Menschen nicht alles glauben, was ihnen in den sozialen Medien gezeigt wird (Instagram-Account von Anja Zeidler «anjazeidler»).



Abbildung 6: Instagram Post vom 05. August 2020

Natalie Stommel

Natalie Stommel ist eine junge Frau, welche auf Instagram (Stand Juli 2021) 263 Tausend Followern hat. In ihren Storys lässt sie die Zuschauenden regelmässig an ihrem Alltag teilhaben. Ebenfalls erzählt sie von ihrer Vergangenheit mit einer Essstörung und den Schwierigkeiten, genügend zu essen. Mit ihrem Instagram Account möchte sie aufzeigen, wie Bilder mit Hilfe von Filtern und Fotobearbeitungsprogrammen verändert werden oder mit dem richtigen Posieren das Körperbild komplett geändert werden kann. Natalie Stommel setzt sich dafür ein, dass alle Körper so akzeptiert werden, wie sie sind (Instagram Account von Natalie Stommel: natalie\_stommel).



Abbildung 7: Instagram Post vom 21. Oktober 2020

Dr. med. Mareike Awe

Dr. med. Mareike Awe ist Ärztin, Ernährungsmedizinerin, Autorin und Mentalcoach. Sie hat mit ihrem Partner ein Programm zu intuitivem Essen entwickelt. Ihr Ansatz lautet: Ohne Diät zum Wohlfühlgewicht. In ihren Podcasts, YouTube-Videos und Instagrambeiträgen beschreibt sie ihren Weg, wie sie gelernt hat, intuitiv zu essen und sich selbst wieder wohl zu fühlen in ihrem eigenen Körper (Mareike Awe, ohne Datum). Mit 163 Tausend Instagramabonnetten teilt sie Fotos wie das nebenstehende. Auch sie möchte darstellen, dass viele Bilder in den

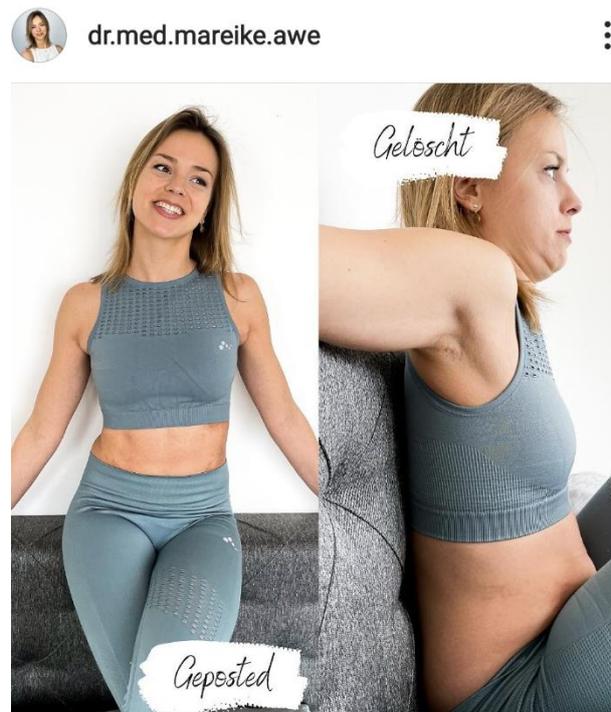


Abbildung 8: Instagram Post vom 07. Februar 2021

sozialen Medien nicht der Realität entsprechen und oft nur die besten Fotos in der vorteilhaftesten Pose hochgeladen werden. Auch auf ihrem YouTube Account gibt sie Tipps für mehr Achtsamkeit, Lebensmotivation und Inspiration für mehr Selbstliebe (Instagram Account von Mareike Awe: dr.med.mareike.awe).

### Männliche Body Positivity Influencer

Die Autorinnen haben bei ihrer Recherche festgestellt, dass die Body-Positivity-Bewegung aktuell hauptsächlich von Frauen vorangetrieben wird. In Zeitschriften und Artikeln werden immer wieder diverse weibliche Body-Positivity-Influencerinnen vorgestellt. An männlichen Beispielen fehlt es gänzlich. Es wurden keine bekannten männlichen Influencer gefunden, welche sich spezifisch mit dem Thema der Selbstliebe und Körperakzeptanz auseinandersetzten. Dies zeigt auf, dass diese Themen in der weiblichen Welt immer sichtbarer werden, während es bei den Männern noch nicht wirklich ein Thema zu sein scheint. Es ist aus Sicht der Autorinnen wichtig, dass aufgezeigt wird, dass auch Männer oder Personen der LGBTIQ-Community ihren Körper lieben und akzeptieren dürfen und dies nicht eine reine Frauenthematik ist. Nachdem dies im Workshop aufgezeigt wurde, kann eine Diskussion mit den Schüler\*innen sinnvoll sein. Was denken sie ist der Grund, dass es hauptsächlich weibliche Body-Positivity-Influencerinnen gibt? Kennen sie männliche Personen, welche sich mit dieser Thematik auseinandersetzen? Durch eine Diskussion kann reflektiert werden, warum es notwendig ist, dass sich auch das männliche Geschlecht mit dieser Thematik auseinandersetzt.

#### 8.2.6 Was ist schön an mir?

Um den Workshop abzurunden und abzuschliessen, eignet sich diese letzte reflexive Übung besonders gut. Die Teilnehmenden setzen sich an ihre Pulte. Jede\*r erhält ein Blatt Papier. Die Aufgabe besteht darin, zu Beginn den eigenen Namen ganz oben auf dem Blatt hinzuschreiben. Dann wird das Blatt nach rechts weitergegeben. Nun schreibt die jeweilige Person eine positive Eigenschaft oder etwas, was sie an dieser Person schön findet, zu dieser Person auf, welche oben auf dem Blatt steht. Anschliessend wird das Blatt gefaltet, sodass das Geschriebene nicht mehr sichtbar ist und das Blatt wird weitergereicht. Dies wird so lange gemacht, bis die Teilnehmenden am Schluss wieder das eigene Blatt vor sich haben. Das Blatt sollte nun gefächert sein. Alle Schüler\*innen können anschliessend ihr eigenes Blatt öffnen und lesen, was die anderen über sie geschrieben haben. So soll aufgezeigt werden, dass jede Person positive Aspekte an sich hat und die Teilnehmenden somit den Workshop mit einem positiven und bestärkten (Körper)Gefühl beenden können.

### 8.3 Förderung der Medienkompetenzen bei Jugendlichen

Ein weiterer zentraler Punkt, um soziale Medien reflektierter zu nutzen, ist die Förderung der Medienkompetenz von Jugendlichen. Die Thematik der Medienkompetenzen im Jugendalter rückt laut Nicole Ermel und Gerd Stüwe (2019) in bildungspolitischen und öffentlichen Debatten immer mehr in den Vordergrund, was aufzeigt, dass der Erwerb von Medienkompetenzen eine hohe Relevanz aufweist (S. 90).

Der Erziehungswissenschaftler Dieter Baacke hat den Begriff der Medienkompetenzen in den 1970er Jahren erstmals eingeführt und abgegrenzt. Gemäss seiner Definition geht es dabei um die technische Fähigkeit, mit Medien umzugehen. Mit seinem Vier-Säulenmodell, unterteilt er die Medienkompetenzen in vier Dimensionen. Die erste Säule bildet die Medienkritik. Dabei geht es um das Analysieren und Reflektieren medialer gesellschaftlicher Prozesse und diese auf das eigene Handeln anzuwenden. Dies findet beispielsweise durch das Hinterfragen und Prüfen von Nachrichtenquellen statt. Die zweite Säule Medienkunde meint die Förderung des Erwerbs von Wissen über die Handhabung digitaler Geräte. Die dritte Säule Mediennutzung beinhaltet die Fähigkeit, Medien interaktiv zu nutzen. Die vierte Säule bildet die Mediengestaltung. Damit ist der kreative und innovative Umgang mit den Medien gemeint wie das Erstellen eines persönlichen Beitrags in den sozialen Medien (Ermel & Stüwe, 2019, S. 88-89).

Neben der Baacke'schen Definition bestehen heute weitere Ausdifferenzierungen des Begriffs der Medienkompetenzen. Gemäss Prof. Dr. Ralf T. Kreuzer (ohne Datum) ist der Erwerb von Medienkompetenzen wichtig, dass die Anwender\*innen die Inhalte der verschiedenen Medienkanäle kompetent sowie kritisch nutzen und auf diesen agieren können. Laut ihm werden die Medienkompetenzen durch vier ähnliche Dimensionen wie bei Baacke gekennzeichnet:

#### *8.3.1.1 Sachkompetenz – Wissen über die Medien:*

Dies ist eine Grundlage der Medienkompetenz. Die Nutzenden sollen ein umfassendes Wissen haben, welche digitalen Medien es gibt und in welche Kategorien sich diese einordnen lassen (ebd.).

#### *8.3.1.2 Rezeptionskompetenz – Fähigkeit, die Medien kritisch zu nutzen:*

Es soll eine Bewertung gemacht und erkannt werden, ob eine Information korrekt ist. Ebenfalls soll erkannt werden, ob es sich um einen redaktionellen Inhalt oder um Werbung handelt (ebd.).

### 8.3.1.3 *Partizipationskompetenz – Fähigkeit, Inhalte für Medien eigenständig zu gestalten:*

Mit der Partizipationskompetenz ist das Beteiligen und Mitwirken gemeint. Gerade Instagram bietet sich an, um selbstständige Kreationen und Kommentare zu verfassen (Kreutzer, ohne Datum).

### 8.3.1.4 *Selbstreflexionskompetenz – Fähigkeit, das eigene Mediennutzungsverfahren zu analysieren:*

Bei der Selbstreflexionskompetenz geht es darum, dass die Nutzenden in der Lage sind, ihre Mediennutzung und die dadurch verursachten Auswirkungen zu analysieren (ebd.).

Mit der Selbstreflexionskompetenz kann auch der Datenschutz verknüpft werden. Die Autorinnen erachten es als wichtig, den Jugendlichen aufzuzeigen, dass Inhalte, welche einmal im Internet hochgeladen wurden, für sehr lange Zeit weiterexistieren, auch wenn diese wieder gelöscht wurden. Zum Datenschutz gehört ebenfalls die Überlegung, welche Informationen die Nutzenden im Internet oder auf sozialen Netzwerken über sich veröffentlichen und wie sie sich darstellen. Die Frage, wie ein Bild ausserhalb des Freundeskreises wahrgenommen werden würde, kann den Jugendlichen dabei helfen, kritisch zu hinterfragen, welches Bild sie hochladen. Oft überprüfen beispielsweise auch zukünftige Arbeitgebende die sozialen Medien der Bewerbenden. Diese Informationen zum Thema Datenschutz soll mit den Jugendlichen thematisiert werden, sodass sie lernen, bewusster und vorsichtiger mit eigenen Medieninhalten umzugehen.

## 8.3.2 **Vermittlung von Medienkompetenzen**

Laut Hannah Schott (2011) ist eine Zusammenarbeit zwischen Eltern, Schule sowie Jugendarbeit für die Förderung und Vermittlung der Medienkompetenzen bei Jugendlichen besonders wichtig (S. 88). Dabei benötigt es eine gezielte Reflexion und Sensibilisierung über die Chancen und Risiken sowie die Möglichkeiten und Grenzen bei der Verwendung von digitalen Medien im Jugendalter. Dadurch gelingt es den Jugendlichen, kompetent und selbstverantwortlich mit neuen Medien und sozialen Netzwerken umzugehen (ebd.).

Udo Seelmeyer und Isabel Zorn (2015) betonen, dass Professionelle der Sozialen Arbeit Medienkompetenzen und medienpädagogische Kompetenzen benötigen. Teilweise verfügen sie aber über ein sehr geringes Fachwissen gegenüber digitalen und sozialen Medien (S. 134). Deshalb ist die Einführung eines Moduls für die Medienbildung im Studium der Sozialen Arbeit

zu empfehlen, so die Autor\*innen. Dadurch kann eine fundierte und differenzierte Auseinandersetzung mit dem Einsatz digitaler Medien und deren Risiken und Chancen stattfinden. Aufbauend auf diesem Fachwissen kann die Soziale Arbeit aktiv am Digitalisierungsprozess teilhaben und weitere Entwicklungen aus der Sicht der Sozialen Arbeit mitgestalten (Seelmeyer & Zorn, 2015, S. 134).

In diesem Kapitel haben die Autorinnen aufgezeigt, wie ein Workshop zum Thema Selbstliebe, Instagram und positive Körperwahrnehmung aussehen könnte. Die Unterthemen sind so gestaltet, dass die Schulsozialarbeit die für sich passenden Themen und Übungen auswählen und bei Bedarf mit eigenen Überlegungen ergänzen können. Die Autorinnen möchten mit diesen Interventionen einige Handlungsmöglichkeiten aufzeigen, wie diese Themen im Berufsfeld der Schulsozialarbeit frühzeitig bearbeitet werden können und somit eine Sensibilisierung der Jugendlichen stattfindet. Anschliessend wurde das Thema der Medienkompetenz aufgegriffen und die Wichtigkeit der Sozialen Arbeit diesbezüglich erwähnt. Die Autorinnen sehen den Erwerb von Medienkompetenzen bei Jugendlichen als wichtige Grundlage, um Inhalte auf sozialen Netzwerken kritisch zu hinterfragen. Deshalb sind die Autorinnen der Meinung, dass die Vermittlung von Medienkompetenzen seitens der Professionellen der Sozialen Arbeit im Kontext der Schule mit Jugendlichen bearbeitet werden soll. Dies kann entweder einzeln thematisiert oder bei Bedarf in den Workshop integriert werden.

## 9 Schlussteil

Im letzten Kapitel dieser Bachelorarbeit möchten die Autorinnen die zu Beginn formulierten Fragestellungen zusammenfassend beantworten, um der Leserschaft einen Gesamtüberblick zu verschaffen. Anschliessend wird ein Blick in die Zukunft gewagt und mit dem Schlusswort wird die Arbeit abgerundet.

### 9.1 Beantwortung der Fragestellungen

Durch die Bachelorarbeit konnten die Autorinnen wichtige Zusammenhänge zwischen der Nutzung sozialer Medien und den Auswirkungen dort präsenter Schönheitsideale auf die Körperwahrnehmung sowie das Körperbild von Jugendlichen erörtern. Daraus wurden unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten für die berufliche Praxis im Berufsfeld der Schulsozialarbeit hergeleitet. Untenstehend sind die Erkenntnisse sowie die Beantwortung der Fragestellungen genauer aufgeführt.

### 9.1.1 Welche Schönheitsideale der westlichen Gesellschaft sind auf Instagram präsent?

Diese Frage wurde im Kapitel 3 anhand unterschiedlichem Beschreibungs-, Erklärungs- und Bewertungswissen bearbeitet. Das westliche Schönheitsideal der Gesellschaft, welches laut Posch (2009) aus den vier Merkmalen Schlankheit, Jugendlichkeit, Fitness und Authentizität besteht, ist auf dem sozialen Netzwerk Instagram in unterschiedlichen Ausprägungen wiederzufinden. Diese Schönheitsmerkmale sind in der westlichen Gesellschaft vorhanden und werden dann durch die sozialen Medien wie Instagram übermittelt. Das Schönheitsideal der Frau wird im Vergleich zu dem der Männer enger und detaillierter definiert. Vor allem in Bezug auf das Merkmal Schlankheit existieren für Frauen genaue Angaben, wie der ideale Umfang der Taille, der Brust und der Hüfte aussehen soll. Für Männer hingegen existiert keine exakte Idealformel, was ihre Körpermasse betrifft.

Auf Instagram sind vor allem drei Körperideale sehr präsent. Das Thin-Ideal und das Athletic-Ideal kommen den vier Merkmalen des westlichen Schönheitsideals sehr nahe. Auf Instagram wird aber vermehrt auch ein Körperideal präsentiert, welches nicht direkt den Vorstellungen des westlichen Schönheitsideals entspricht, nämlich das Curvy-Ideal.

Das Thin-Ideal ist aktuell das bekannteste Schönheitsideal auf Instagram, welches von den meisten Nutzenden als Standard-Körperideal angesehen wird (Hendrickse et al., 2017, S. 93-94). Vor allem Models und Personen mit einem hohen Bekanntheitsgrad verkörpern auf Instagram oft das Thin-Ideal. Menschen, die diesem sehr dünnen Körperideal entsprechen, haben einen niedrigen Körperfettanteil sowie sehr schmale Hüften. Hauptsächlich weibliche Nutzende von Instagram betrachten dieses Körperideal oft als erstrebenswert. Körperbildforschungen weisen jedoch darauf hin, dass die Orientierung am westlichen Schlankheitsideal, welches in den sozialen Medien präsentiert wird, schädlich sein kann. Die normative Zufriedenheit mit dem eigenen Körper kann dabei negativ beeinflusst werden, da nur ein sehr kleiner Teil der Bevölkerung dieses Körperideal erreichen und ihm entsprechen kann.

Das auf Instagram präsente Athletic-Ideal ist ebenfalls charakterisiert durch einen sehr schlanken Körper, welcher zusätzlich sichtbar muskulös ist. Oft wird dieses Körperideal auch als Inspiration für einen gesunden Lebensstil gesehen. Bilder auf Instagram, welche das Athletic-Ideal verkörpern, werden oft mit dem Hashtag «fitspiration» oder «fitspo» in Verbindung gebracht. Durch solche Bilder werden andere Nutzende von Instagram zu einer aktiveren und gesünderen Lebensführung motiviert, da ihnen so vorgelebt wird, dass sie durch eine

Veränderung ihres Lebensstils ebenfalls dieses Körperideal erreichen können. In der Realität haben jedoch Bilder von Menschen, welche das Athletic-Ideal repräsentieren, einen ähnlich negativen Einfluss auf die Körperwahrnehmung der Nutzenden von Instagram, wie das Thin-Ideal.

Das Curvy-Ideal entspricht wie oben beschrieben im Vergleich zu den beiden anderen Körperidealen auf Instagram nicht direkt den typischen Merkmalen des westlichen Schönheitsideals. Auf Instagram gibt es zwei verschiedene Auffassungen dieses Körperideals. Einerseits werden Körpertypen diesem Ideal zugewiesen, welche dem Thin-Ideal nahekommen jedoch zusätzlich durch weibliche Kurven wie grosse Brüste und breite Hüften gekennzeichnet sind. Der Begriff Curvy-Ideal wird aber auch für andere Körpertypen verwendet, welche eher korpulenter sind als die zuvor beschriebenen Körperideale, sowie natürliche und unterschiedliche Formen des menschlichen Körpers repräsentieren. Tendenziell gibt es immer mehr Menschen auf Instagram, die dieses Curvy-Ideal verkörpern und sich von den gängigen Vorstellungen über bestehende Schönheitsideale distanzieren.

### 9.1.2 Welche Auswirkungen können die auf Instagram präsenten gesellschaftlichen Vorstellung von «Schönheit» auf die Körperwahrnehmung Jugendlicher haben?

Um die Auswirkungen der Schönheitsideale auf Instagram in Bezug auf die Körperwahrnehmung Jugendlicher zu untersuchen, wurde im Kapitel 4 zunächst die Lebensphase der Adoleszenz näher beleuchtet. Dabei wurden die Entwicklungsaufgaben, welche in diesem Lebensabschnitt durchlebt werden, anhand des Stufenmodells der psychosozialen Entwicklung von Erik H. Erikson beigezogen. Es wurde ersichtlich, dass die Phase der Adoleszenz mit vielen zentralen Entwicklungsaufgaben gekennzeichnet ist. Das Akzeptieren der eigenen Person und der körperlichen Veränderungen, welche während der Pubertät einsetzen, spielen dabei eine zentrale Rolle. Jugendliche befinden sich somit in diesem Lebensabschnitt auf der Suche nach ihrer Identität. Dabei spielen das Selbstkonzept und der Selbstwert eine wichtige Rolle. Diese beiden Komponenten beeinflussen sich wechselseitig. Das Selbstkonzept besteht aus selbstbezogenem Wissen. Dieses setzt sich einerseits aus Selbstzuweisungen an Wissen über Fähigkeiten und Eigenschaften zur eigenen Person zusammen sowie aus direkten und indirekten Zuschreibungen anderer Personen. Im Jugendalter werden die Selbstzuweisungen zunehmend negativer. Einerseits geschieht dies dadurch, dass selbstreflexive Prozesse in dieser Lebensphase differenzierter und strukturierter werden. Andererseits haben soziale Vergleiche im alltäglichen Leben sowie auf sozialen Medien einen Einfluss auf das eigene Selbstbild, wobei das Individuum

eine Diskrepanz zwischen dem realistischen und dem idealen Selbst bewertet. Der Selbstwert wird durch diese Bewertungen der eigenen Person definiert.

Spannend ist hierbei der Geschlechtsunterschied. Der Selbstwert von Mädchen sinkt in der Jugend im Vergleich zu dem der Jungen nämlich deutlich stärker ab. Rosenblum und Lewis (1999) vom Institut für Studien kindlicher Entwicklung in New York erklären dies anhand der zunehmenden Körperunzufriedenheit von Mädchen in der Jugend. Die Wichtigkeit des Aussehens spielt bei Mädchen in diesem Alter nämlich eine grössere Rolle bei der Entwicklung des Selbstwerts als bei Jungen.

Nachdem wichtige Erkenntnisse in Bezug auf die Entwicklungsaufgaben Jugendlicher gewonnen werden konnten, wurde im Kapitel 5 anschliessend untersucht, welche Bedeutung soziale Medien für Jugendliche haben und wie deren Schönheitsideale sich auf ihre eigene Körperwahrnehmung auswirken können. So kann beispielsweise die Selbstdarstellung in sozialen Medien die Entwicklung des Selbstbildes positiv fördern. Jugendliche probieren sich und ihre Wirkung auf sozialen Netzwerken aus und erhalten entsprechende Rückmeldungen. Das stellt für die Identitätsbildung einen positiven Aspekt dar. Problematisch wird es allerdings dort, wo Realitäten verzerrt werden. Scheinwelten durch die Vermittlung unrealistischer Körperideale können der Entwicklung eines stimmigen Selbstbildes und der Körperzufriedenheit schaden. Das Institut für Suchtprävention Pro Mente (2016) betont, dass die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper bei Jugendlichen durch das Vergleichsverhalten mit medialen Idealbildern beeinflusst wird. Wenn Jugendliche somit auf sozialen Netzwerken wie Instagram Bilder mit vorherrschenden Körperidealen entdecken, selbst aber diesen Anforderungen nicht gerecht werden, verstärkt sich die Unzufriedenheit mit dem eigenen äusseren Erscheinungsbild.

Schönheitsideale, die den Jugendlichen auf sozialen Netzwerken begegnen, werden mittlerweile nicht mehr nur von Berühmtheiten wie Schauspieler\*innen oder Models geprägt. Immer mehr Einfluss kommt in diesem Zusammenhang den Influencer\*innen zu. Sie geben sich betont nahbar, treten als «Menschen wie du und ich» auf, was Vergleiche auf eine ganz neue Ebene hebt. Hinter den Kulissen geht es hierbei um Marketing. Um das zu erkennen, müssen es Jugendliche allerdings schaffen, hinter solche Kulissen zu blicken.

Influencer\*innen vermitteln durch ihre Präsenz auf sozialen Netzwerken wie Instagram nämlich Rollenbilder und Schönheitsideale, die jedoch nicht zwingend der Wirklichkeit entsprechen müssen. Diese werden anderen Nutzenden oft durch Fotobearbeitungsprogramme oder vorteilhaftem Posieren auf Bildern übermittelt. Dennoch messen sich Jugendliche an genau

solchen schlanken, schönen und sportlichen Idealen. Dieses Phänomen kann mit dem aufwärtsgewandten sozialen Vergleich vom Sozialpsychologen Leon Festinger (1954) erklärt werden. Vor allem das weibliche Geschlecht tendiert dazu, sich mit Personen zu vergleichen, die ihm aufgrund bestimmter Merkmale wie das Aussehen als übergeordnet erscheinen. Langfristig haben solche Vergleiche negative Konsequenzen auf das Selbstwertgefühl und die Körperwahrnehmung.

Gemäss Hendrickse et al. (2017) zeigen vor allem fotobasierte Aktivitäten in den sozialen Medien Auswirkungen auf die Körperwahrnehmung der Nutzenden auf. Viele Inhalte auf Instagram bestehen aus idealisierten Bildern, die oft dasselbe Körperideal aufzeigen, das Thin-Ideal. Bei Nutzenden, welche regelmässig mit diesem Körperideal auf Instagram konfrontiert werden, kann eine Verinnerlichung stattfinden und es wird zu erreichen versucht.

Auch hier sind Unterschiede zwischen dem weiblichen und männlichen Geschlecht erkennbar. Die Orientierung an idealisierten Körpertypen findet im Jugendalter bei Mädchen häufiger als bei Jungen statt, da sie sich bereits sehr früh mit ihrem Körperbild beschäftigen. Dies hat seinen Ursprung in der Gesellschaft, da die Wichtigkeit von Schönheit und Schlankheit in Bezug auf das weibliche Geschlecht stärker betont wird als beim männlichen Geschlecht. Die Folgen bei einer negativen Körperwahrnehmung sind bei beiden Geschlechtern jedoch dieselben, diese reichen von einem geringen Selbstwertgefühl bis hin zu psychischen und sozialen Problemen.

Zusammenfassend ist jedoch zu betonen, dass man die Auswirkungen sozialer Medien auf Jugendliche und ihre Körperwahrnehmung nicht verallgemeinern kann. Wie stark Instagram und andere soziale Medien und darin präsentierte Schönheits- und Körperideale sich auf Jugendliche auswirken, hängt stark von persönlichen Eigenschaften der Individuen ab.

### 9.1.3 Was wird unter einem positiven Körperbild verstanden und wie kann dies bei Jugendlichen unterstützt werden?

In den Kapiteln 5 und 6 haben sich die Autorinnen mit dem Thema der Körperwahrnehmung und des Körperbildes, sei es das negative, neutrale oder positive, auseinandergesetzt. Dabei haben sie herausgefunden, dass das eigene Körperbild durch die Wahrnehmung, das Denken, die Gefühle und das Verhalten geprägt wird. Gesundheitsförderung Schweiz (2016) zeigt auf, dass ein positives Körperbild für die physische wie aber auch psychische Gesundheit von grosser Bedeutung ist. Denn Personen, welche positiv über den eigenen Körper denken, können die oft unrealistisch dargestellten Körperideale in den Medien ablehnen. Ebenfalls verfügen diese

Personen über eine gesündere Einstellung zu Lebensmitteln, Essen und Bewegung und haben ausserdem ein positiveres Selbstwertgefühl sowie mehr Selbstakzeptanz. Diese Faktoren zeigen auf, dass viel mehr Zeit in die Entwicklung eines positiven Körperbildes eingesetzt werden sollte. Die gesundheitlichen Vorteile sind beträchtlich. Im Abschnitt 6.4.1 haben die Autorinnen mit Hilfe von Gesundheitsförderung Schweiz (2014) aufgezeigt, wie ein positives Körperbild gefördert und entwickelt werden kann. Als erstes sollte der Fokus auf die Steigerung des Wohlbefindens und der Gesundheit liegen und nicht auf der Körpergrösse, dem Gewicht oder der Körperform. Dies kann beispielsweise mit einer wertschätzenden Haltung dem Körper gegenüber gefördert werden. Zweitens sollten sich die Jugendlichen vor möglichen negativen Einflüssen schützen. Dies gelingt ihnen, wenn sie einen kritischen Umgang mit den unter anderem in den sozialen Medien präsenten Schönheitsidealen hinterfragen sowie den Kontakt zu oberflächlich denkenden Personen einschränken. Ausserdem kann ihnen ein positives Umfeld helfen zu lernen, das Leben wieder zu geniessen sowie gesunde Verhaltensweisen in den Alltag einzubauen. Und als letztes ist, wie im ersten Punkt kurz erwähnt, eine wertschätzende Haltung dem Körper gegenüber von grosser Bedeutung. Wie im ersten Abschnitt aufgezeigt wurde, wird das Körperbild durch die Gedanken beeinflusst. Deshalb können negative Gedanken sowie Äusserungen über den eigenen Körper oder den Körper Anderer negative Auswirkungen haben. Durch eine wertschätzende und positive Haltung wird das Körperbild positiv beeinflusst und die Bedürfnisse des Körpers wahrgenommen und gewürdigt.

#### 9.1.4 Welche Möglichkeiten zur Intervention und Prävention bestehen für die Schulsozialarbeit, um Jugendliche in der Entwicklung eines positiven Körperbildes und kritischeren Umgangs mit sozialen Medien zu unterstützen?

Gemäss dem Ergebnisbericht der aktuellen JAMES-Studie haben 92% der befragten Jugendlichen im Jahre 2020 angegeben, ihr Handy für soziale Medien zu benutzen. Ebenfalls ist die durchschnittliche Handynutzungsdauer unter der Woche um 40 Minuten und am Wochenende um 1 Stunde und 55 Minuten zur Befragung vor zwei Jahren gestiegen. Diese Zahlen zeigen auf, dass die Schulsozialarbeitenden diese Themen unbedingt mit den Jugendlichen bearbeiten sollten. Da viel Zeit am Handy und damit in den sozialen Medien verbracht wird, haben die Autorinnen aufgezeigt, wie die Medienkompetenzen der Jugendlichen gefördert werden können. Die Autorinnen erachten es als wichtig, dass die Jugendlichen wissen, welche Medien es gibt und in welche Kategorien sich diese einordnen lassen. Ebenfalls ist die kritische Nutzung der Medien wichtig, um zu hinterfragen, ob eine Information korrekt ist oder nicht. Dank Instagram haben nun viele Personen die Möglichkeit, Inhalte eigenständig anhand

von sogenannten Storys oder Posts zu gestalten. Dies trägt zur Förderung der Medienkompetenz der Jugendlichen bei. Die Selbstreflexion spielt ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Erweiterung der eigenen Medienkompetenzen. Neben diesen Punkten finden es die Autorinnen zentral, dass mit Jugendlichen im Kontext der Schule über die Themen Selbstliebe, positive Körperwahrnehmung und auch Instagram geredet wird. Deshalb empfinden die Autorinnen eine Gestaltung eines Workshops als optimale Möglichkeit, sodass die Schulsozialarbeitenden einerseits Prävention aber auch bei Bedarf Interventionen frühzeitig durchführen können. Im Kapitel 8.1 mit seinen Unterkapiteln haben die Autorinnen festgehalten, wie so ein Workshop aussehen könnte. Um den Einstieg zu erleichtern, wird als erstes eine Selbstreflexion durchgeführt. Anschliessend wird mit einer soziometrischen Aufstellung angeschaut, wie die einzelnen Personen zu den Themen stehen und welche wie stark betroffen sind. Ein weiterer wichtiger Punkt in diesem Workshop stellt das kritische Hinterfragen von Influencer\*innen, insbesondere ihrer Beiträge und Bilder auf Instagram, dar. In diesem Zusammenhang werden drei Body Positivity Influencerinnen vorgestellt. Diese setzen sich für mehr Realität auf Instagram ein, indem sie mit Vergleichsbildern Unterschiede zwischen bearbeiteten und realen Bildern aufzeigen. Dadurch wird den Jugendlichen vermittelt, dass oftmals nur die besten Bilder bei Instagram hochgeladen werden und diese oft nicht der Realität entsprechen, da sie durch bestimmtes Posieren oder Bearbeitungsprogramme den Körper anders darstellen lassen, als er es in Wirklichkeit ist. Zum Schluss wird mit einer Übung für jede Person ersichtlich, was die anderen an einem schön finden. Dadurch möchten die Autorinnen erreichen, dass die Teilnehmenden den Workshop in positiver Erinnerung behalten sowie lernen, dass sie viele positive Merkmale und Eigenschaften besitzen.

Die Autorinnen sind sich bewusst, dass das Durchführen eines Workshops in Schulklassen nur eine von vielen Möglichkeiten darstellt, wie die Schulsozialarbeit mit Jugendlichen die Themen Selbstliebe, positive Körperwahrnehmung und Instagram bearbeiten kann. Eine weitere Möglichkeit zur Prävention und Intervention sehen die Autorinnen in der Beratung von Jugendlichen, welche in einem Einzelsetting stattfindet. Der Workshop zu diesen Themen kann der Schulsozialarbeit als wichtigen Startpunkt dienen, um vor allem die Jugendlichen zu erreichen, die negative Auswirkungen auf ihre Körperwahrnehmung und ihr Körperbild durch den Konsum sozialer Medien und dort vermittelten Schönheitsidealen erleben, jedoch erst durch den Workshop darauf sensibilisiert und aufmerksam gemacht wurden. So hat die Schulsozialarbeit eine wichtige Grundlage gelegt um anschliessend die betroffenen Schüler\*innen zu beraten und mit ihnen gemeinsam weitere, individuelle Präventions- und Interventionsmassnahmen abzuleiten.

## 9.2 Unterschiede in den Geschlechtern

Wie in der Einleitung erwähnt, wurden in der vorliegenden Bachelorarbeit einige Differenzierungen zwischen dem weiblichen und dem männlichen Geschlecht in Bezug auf die Schönheitsideale und die Körperzufriedenheit aufgezeigt. Dabei haben die Autorinnen erkannt, dass das weibliche Schönheits- und Körperideal genauer definiert ist als das männliche. Wie im Kapitel 4.3.2.1 ersichtlich wird, hat das äussere Erscheinungsbild bereits im Jugendalter bei Mädchen eine grössere Wichtigkeit als bei Jungen. Damit verbunden nimmt auch die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper in der Jugend beim weiblichen Geschlecht stärker zu, was beim männlichen Geschlecht weniger der Fall ist (Teutsch et al., 2017, S. 6). Dadurch, dass die Körperunzufriedenheit bei Mädchen teilweise zu gesundheitsschädlichen Massnahmen wie Gewichtskontrolle, Gewichtsabnahme bis hin zu Essstörungen führen kann, erachten es die Autorinnen als besonders wichtig, dass diese Themen bereits zu Beginn der Pubertät mit ihnen bearbeitet werden. Hierfür ist es wichtig, dass die Professionellen der Sozialen Arbeit ein Bewusstsein für diese Themen entwickeln und Schulsozialarbeitende bereits bei jüngeren Schüler\*innen altersgerecht darauf eingehen. Dadurch, dass die Schulsozialarbeit in der Schweiz mittlerweile gut etabliert ist, hat sie eine optimale Ausgangslage um eine enge Beziehung zu den Schüler\*innen aufzubauen und sie in ihrer Identitätsfindung und bei der Akzeptanz des eigenen Körpers zu unterstützen und zu begleiten.

## 9.3 Blick in die Zukunft

Die JAMES-Studie vom Jahre 2020 hat erfolgreich aufgezeigt, dass immer mehr Jugendliche ein Smartphone besitzen sowie soziale Netzwerke wie Instagram nutzen. Die Autorinnen sehen dies als zunehmendes Problem. Der Medienkonsum steigt, wodurch der soziale Druck von Jugendlichen, online mithalten zu können, immer grösser wird. Die Autorinnen sind der Meinung, dass vielen noch nicht klar ist, was dieser ständige Druck, dem vermeintlichen Idealbild zu entsprechen, längerfristig auslösen kann. Ebenfalls wird die Gesellschaft immer diverser. Früher kannte die Gesellschaft nur männlich und weiblich als Geschlecht. Heute wird mit der Abkürzung «LGBTIQ» verdeutlicht, dass sich das Geschlecht nicht nur auf die biologischen Merkmale beschränken muss, sondern auch nach dem Gefühl benannt werden kann. Explainity (ohne Datum) ist eine Agentur für Komplexitätsreduktion und hat sich darauf spezialisiert, anspruchsvolle Themen einfach und benutzerfreundlich aufzuzeigen. Sie erklären die Abkürzung folgendermassen: Das «L» steht für lesbisch, also Frauen welche sich zu anderen Frauen hingezogen fühlen. Mit dem «G» wird gay gemeint, als Männer, die Männer mögen. Diese beiden Begriffe sind heutzutage den meisten Menschen bekannt. Beim «T» handelt es sich um

Trans. Diese Menschen erhalten bei der Geburt ein Geschlecht zugeschrieben, können sich aber mit diesem nicht identifizieren (Explainity, ohne Datum). Wenn das biologische Geschlecht also ein anderes ist als die gefühlte Identität, handelt es sich um einen Transmann beziehungsweise um eine Transfrau. Intersexuell wird mit dem «I» abgekürzt. Diese Menschen haben bei der Geburt keine eindeutigen Geschlechtsmerkmale. Zum Schluss lässt sich unter dem Buchstaben «Q», also Queer, verschiedene Menschen zuordnen. Es richtet sich an alle, welche sich irgendwo zwischen allen Arten der sexuellen Orientierung, des Geschlechts und der Identität befinden (ebd.). Dass die Gesellschaft sich so stark verändert, lässt hoffen, dass sich auch die Schönheitsideale in den sozialen Medien verändern und die Vielfalt vom Schönheitsverständnis der westlichen Gesellschaft wächst. Gleichzeitig kann dadurch aber auch der Druck wieder steigen, einem neuen Schönheitsideal zu entsprechen. Die Autorinnen denken, dass sich die Soziale Arbeit insbesondere die Schulsozialarbeit sowie auch die Jugendarbeit in den kommenden Jahren vermehrt mit dieser Thematik auseinandersetzen muss, um diesem Idealbild des perfekten Körpers entgegenzuwirken und die Jugendlichen frühzeitig aufzuklären und zu sensibilisieren, sodass negativen Auswirkungen auf ihre Körperzufriedenheit und Körperwahrnehmung vorgebeugt werden kann.

#### 9.4 Schlusswort

Die Autorinnen sind überzeugt, mit dieser Arbeit an ein gesellschaftlich aktuelles sowie für die Soziale Arbeit relevantes Thema angeknüpft zu haben. Die Bearbeitung mit den unterschiedlichen Themen empfanden die Autorinnen als sehr spannend, insbesondere, da sie selbst auch auf Instagram aktiv sind und deshalb ebenfalls regelmässig mit den Schönheitsidealen und dem sozialen Druck, diesen Idealvorstellungen zu entsprechen, konfrontiert werden. Sie erhoffen sich, auf diese Thematik sowie deren Chancen und Risiken aufmerksam gemacht zu haben. Es wird als äusserst wünschenswert erachtet, wenn Schulsozialarbeitende die Übungen und Methoden des Workshops umsetzen und sich dieser äusserst relevanten und hochaktuellen Thematik stellen würden.

## 10 Literaturverzeichnis

- Ader, Sabine (2013). Arbeit mit Gruppen. In Ulrich Deinet & Benedikt Sturzenhecker (Hrsg.), *Handbuch Offene Kinder- und Jugendarbeit* (4. überarb. Aufl.) (S. 433-437). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- AvenirSocial (2010). Berufskodex Soziale Arbeit Schweiz. Ein Argumentarium für die Praxis. Bern: Autor\*in.
- AvenirSocial (2016). *Leitbild, Soziale Arbeit in der Schule*. Bern: Autor\*in.
- Awe, Mareike (ohne Datum). *Intueat*. Gefunden unter <https://www.intueat.de/>
- Bernath, Jael, Suter, Lilian, Waller, Gregor, Willemse, Isabel, Külling, Céline & Süss, Daniel (2020). *JAMES. Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2020*. Gefunden unter [https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2020/ZHAW\\_Bericht\\_JAMES\\_2020\\_de.pdf](https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2020/ZHAW_Bericht_JAMES_2020_de.pdf)
- Bestmann, Stefan & Schaal, Steffen (2013). *Jugendaktion «GUT DRAUF». Evidenzbasierte Praxis kommunaler Gesundheitsförderung für und mit Jugendlichen*. Berlin: RabenStück.
- Betz, Diana & Ramsey, Laura (2017). Should women be “All About That Bass?” Diverse body-ideal messages and women’s body image. *Body Image* (22), 18-31.
- Bundesamt für Sozialversicherungen [BSV]. (2020). *Wie und wie häufig nutzen Kinder und Jugendliche die digitalen Medien?* Gefunden unter <https://www.jugendundmedien.ch/digitale-medien/fakten-zahlen.html>
- Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung [BMBWF]. (2016). *Soziometrische Aufstellung: Kennenlernen und Positionieren im Raum*. Gefunden unter <https://erwachsenenbildung.at/aktuell/nachrichten/9965-soziometrische-aufstellung-kennenlernen-und-positionieren-im-raum.php>
- Bundesministerium für Gesundheit (2019). *Glossar. Begriffe A-Z*. Gefunden unter <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/service/begriffe-von-a-z/p/praevention.html>
- Chiapparini, Emanuela, Stohler, Renated & Bussmann, Esther (2018). *Soziale Arbeit im Kontext Schule. Aktuelle Entwicklung in Praxis und Forschung in der Schweiz*. Berlin: Budrich UniPress Ltd.
- Corcoran, Katja, Crusius Jan & Mussweiler, Thomas (2011). Social Comparison. Motives, Standards, and Mechanisms. In Derek Chadee (Hrsg.), *Theories in Social Psychology* (S. 119-139). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Deges, Frank (ohne Datum). *Gabler Wirtschaftslexikon. Das Wissen der Experten*. Gefunden unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/influencer-100360>
- Dinar, Christina & Heyken, Cornelia (2017). *DIGITAL STREETWORK. Pädagogische Interventionen im Web 2.0*. Berlin: Amadeu Antonio Stiftung.
- Dollinger, Bernd & Raithel, Jürgen (2006). *Aktivierende Sozialpädagogik. Ein kritisches Glossar*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dove (ohne Datum). *Wahre Schönheit: Das Dove Versprechen*. Gefunden unter <https://www.dove.com/ch/stories/about-dove/dove-real-beauty-pledge.html>

- Ebersbach, Anja, Glaser, Markus & Heigl, Richard (2011). *Social Web*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Ermel, Nicole & Stüwe, Gerd (2019). *Lehrbuch Soziale Arbeit und Digitalisierung*. Weinheim: Beltz.
- Ernst, Christina (2015). *Mein Gesicht zeige ich nicht auf Facebook. Social Media als Herausforderung theologischer Anthropologie*. Göttingen: Ruprecht.
- Eschenbeck, Heike & Knauf, Rhea-Katharina (2018). Entwicklungsaufgaben und ihre Bewältigung. In Arnold Lohaus (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 24-47). Berlin: Springer Verlag.
- Explainity (2019). *Explainity erklärt: "LGBTI"*. Gefunden unter [https://www.explainity.de/downloads/Gesellschaft/LGBTIQ-Geschlechter\\_explainity\\_20190807.pdf](https://www.explainity.de/downloads/Gesellschaft/LGBTIQ-Geschlechter_explainity_20190807.pdf)
- Fardouly, Jasmine, Pinkus, Rebecca T. & Vartaniana, Lenny R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image* (20), 31-39.
- Filter, Dagmar & Reich, Jana (2012). *"Bei mir bist du schön..."*. Kritische Reflexionen über Konzepte von Schönheit und Körperlichkeit. Freiburg im Breisgau: Centaurus-Verlag.
- Flammer, August & Alsaker, Françoise D. (2002). *Entwicklungspsychologie der Adoleszenz. Die Erschliessung innerer und äusserer Welten im Jugendalter*. Bern: Hans Huber.
- Gesundheitsförderung Schweiz (2013). Arbeitspapier 3. *Gesundes Körperbild – Healthy Body Image*. Bern: Autor\*in.
- Gesundheitsförderung Schweiz (2014). Arbeitspapier 29. *Positives Körperbild bei Jugendlichen*. Bern: Autor\*in.
- Gesundheitsförderung Schweiz (2016). Themenblatt Positives Körperbild. *Grundbegriffe, Einflussfaktoren und Auswirkungen*. Bern: Autor\*in.
- Glüer, Michael (2018). Digitaler Medienkonsum. In Arnold Lohaus (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 197-219). Berlin: Springer Verlag.
- Graf, Simon (2013). Leistungsfähig, attraktiv, erfolgreich, jung und gesund. Der fitte Körper in post-fordistischen Verhältnissen. *Body Politics* (1), 139-157.
- Gschwind, Kurt, Ziegele, Uri & Seiterle, Nicolette (2014). *Soziale Arbeit in der Schule – Definition und Standortbestimmung*. Luzern: Interact Verlag.
- Gugutzer, Robert (2002). *Leib, Körper und Identität. Eine phänomenologisch-soziologische Untersuchung zur personalen Identität*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Gugutzer, Robert (2007). *«Körperkult und Schönheitswahn-Wider den Zeitgeist»*. Aus *Politik und Zeitgeschichte*. Gefunden unter <https://www.bpb.de/apuz/30504/koerperkult-und-schoenheitswahn-wider-den-zeitgeist-essay>
- Hendrickse, Joshua, Arpan, Laura M., Clayton, Russell B. & Ridgway, Jessica L. (2017). Instagram and College Women's Body Image. Investigating the Roles of Appearance-related Comparisons and Intrasexual Competition. *Computers in Human Behaviour*, 74 (9), 92-100.

- Hochschule München (ohne Datum). *Was ist Diversity bzw. Diversity Management?* Gefunden unter [https://www.hm.edu/allgemein/hochschule\\_muenchen/familie\\_gender/diversity/definition.de.html](https://www.hm.edu/allgemein/hochschule_muenchen/familie_gender/diversity/definition.de.html)
- Hurrelmann, Klaus & Quenzel, Gudrun (2015). Lost in transition: status insecurity and inconsistency as hallmarks of modern adolescence. *International Journal of Adolescence and Youth*, 20 (3), 261-270.
- IMST-Gender Netzwerk (ohne Datum). *Umgang mit Diversitäten in der Schule und Unterricht*. Gefunden unter [https://www.imst.ac.at/app/webroot/files/GD-Handreichungen/handreichung\\_diversit%C3%A4ten\\_fertig.pdf](https://www.imst.ac.at/app/webroot/files/GD-Handreichungen/handreichung_diversit%C3%A4ten_fertig.pdf)
- Infodrog, Schweizerische Koordinations- und Fachstelle Sucht (2018). *Prävention*. Gefunden unter <https://www.infodrog.ch/de/wissen/praeventionslexikon/praevention.html>
- Institut Suchtprävention Pro Mente OOE (2016). *X-Act Essstörungen. Materialien zur Prävention von Essstörungen in der Schule*. Gefunden unter [https://www.praevention.at/uploads/media/x-act\\_Esstorerungen2016.pdf](https://www.praevention.at/uploads/media/x-act_Esstorerungen2016.pdf)
- Jonas, Klaus, Stroebe, Wolfgang & Hewstone, Miles (2014). *Sozialpsychologie* (6. überarb. Aufl.). Berlin Heidelberg: Springer.
- Jugend und Medien (ohne Datum, a). *Selbstdarstellung und Schönheitsideale*. Gefunden unter <https://www.jugendundmedien.ch/themen/selbstdarstellung-und-schoenheitsideale>
- Jugend und Medien (ohne Datum, b). *Social Media: Teil der Community sein*. Gefunden unter <https://www.jugendundmedien.ch/digitale-medien/soziale-medien>
- Jungnitsch, Georg. (1999). *Klinische Psychologie*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Kessler, Thomas & Fritsche, Immo (2018). *Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Springer.
- King, Vera (2002). *Die Entstehung des Neuen in der Adoleszenz. Individuation, Generativität und Geschlecht in modernisierten Gesellschaften*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kobilke, Kristina (2016). *Erfolgreich mit Instagram. Mehr Aufmerksamkeit mit Fotos & Videos* (2. überarb. Aufl.). Frechen: mitp-Verlag.
- Kobilke, Kristina (2017). *Marketing mit Instagram* (3. Aufl.). Frechen: mitp Verlag.
- Konrad, Kerstin & König, Johanna (2018). Biopsychologische Veränderungen. In Arnold Lohaus (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 2-20). Berlin: Springer Verlag.
- Krämer, Nicole C., Eimler, Sabrina C. & Neubaum, German (2017). Selbstpräsentation und Beziehungsmanagement in sozialen Medien. In Schmidt, Jan-Henrik & Taddicken, Monika, *Handbuch Soziale Medien* (S. 41-60). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Kreutzer, Ralf T (ohne Datum). *Medienkompetenz. Definition: Was ist «Medienkompetenz»?* Gefunden unter <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/medienkompetenz-122191>
- Lampert, Claudia, Schmidt, Hinrik-Jan & Schulz, Wolfgang (2009). *Jugendliche und Social Web. Fazit und Handlungsbereiche*. Düsseldorf: Vistas Verlag.
- Landesmedienzentrum Baden-Württemberg [LMZ]. (2020). *Schönheitsideale im Internet. Wie Algorithmen, Klicks und Likes unser Schönheitsempfinden prägen*. Stuttgart: Autor\*in.

- Levine, Michael P. & Murnen, Sarah K. (2009). "Everybody knows that mass media are/are not a cause of eating disorders." *A Critical Review of Evidence for a Causal Link between Media, Negative Body Image, and Disordered Eating in Females*. *Journal of Social and Clinical Psychology* (28), 9-42.
- Logo! Jugendmanagement (ohne Datum). *Soziometrische Aufstellung zum Thema Schönheitsideale, Körperbilder und Gesundheit*. Gefunden unter [https://xund.logo.at/media/xund\\_tools/m9\\_soziometrische\\_aufstellung.pdf](https://xund.logo.at/media/xund_tools/m9_soziometrische_aufstellung.pdf)
- Lohaus, Arnold (Hrsg.). (2018). *Entwicklungspsychologie des Jugendalters*. Berlin: Springer Verlag.
- Meier Magistretti, Claudia (2020). *Interdisziplinäre Zugänge zu Gesundheitsförderung und Prävention. Grundlegende Konzepte und Begriffe*. Unveröffentlichtes Unterrichtsskript. Hochschule Luzern – Soziale Arbeit.
- Meier, Evelyn P. & Gray, James (2014). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* (17), 199-206.
- Messmer, Ralph (ohne Datum). *Basisdokumentation lösungsorientiertes Arbeiten*. Gefunden unter [https://www.sommerauabl.ch/files/SMOGR5A/basisdokumentation\\_loa.pdf](https://www.sommerauabl.ch/files/SMOGR5A/basisdokumentation_loa.pdf)
- Miles, Jason (2013). *Instagram Power. Build Your Brand and Reach More Customers with the Power of Pictures*. New York: Mc-Graw Hill.
- Orbach, Susie (2010). *Bodies. Schlachtfelder der Schönheit*. Hamburg: Arche Literatur Verlag AG.
- Paus-Hasenbrink, Ingrid & Trültzsch, Sascha (2012). Heranwachsen in den Zeiten des Social Web. In Ulrich Dittler & Michael Hoyer (Hrsg.), *Aufwachsen in sozialen Netzwerken. Chancen und Gefahren von Netzgemeinschaften aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive* (S. 29 -46). München: kopaed.
- Perloff, Richard M. (2014). Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns. Theoretical Perspectives and an Agenda for Research. *Sex Roles* (71), 363-377.
- Posch, Waltraud (1999). *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Posch, Waltraud (2009). *Projekt Körper. Wie der Kult um die Schönheit unser Leben prägt*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Prantl, Lukas (2011). Das Schönheitsideal im 21. Jahrhundert in kritischer Sicht. Welche Konsequenzen ergeben sich für den ästhetischen Chirurg. In Beate Lüttenberg, Arianna Ferrari & Johann S. Ach, *Im Dienste der Schönheit. Interdisziplinäre Perspektiven auf die ästhetische Chirurgie* (S. 15-17). Berlin: Lit-Verlag.
- Prävention Essstörungen Praxisnah [PEP] (ohne Datum). Positives Körperbild – Healthy Body Image. Gefunden unter <https://pepinfo.ch/de/angebote-pep/healthy-body-image.php>
- Psychiatrie-Dienste Süd (ohne Datum). Bio-psycho-soziales Modell. Gefunden unter <https://psych.ch/grund-und-spezialversorgung/behandlungsqualitaet/bio-psycho-soziales-modell>
- RADIX, Schweizer Kompetenzzentrum für Gesundheitsförderung und Prävention (2010). *Früherkennung und Frühintervention in Schulen. Lessons learned*. Bern: Autor\*in.
- Rauchensteiner, Veronika (2013). *Essstörungen im Sport. Körperkult – Schlankheitswahn – Anorexia athletica*. Hamburg: Diplomica Verlag.

- Richter, Matthias & Hurrelmann, Klaus (2016). *Soziologie von Gesundheit und Krankheit*. Wiesbaden: Springer VS.
- Robinson, Lily, Prichard, Ivanka, Nikolaidis, Alyssa, Drummond, Claire, Drummond, Murray & Tiggemann, Marika (2017). Idealised media images. The effect of fitspirational imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image* (22), 65-71.
- Robinson, Richard W., Trzesniewski, Kali H., Gosling, Samuel D. & Potter, Jeff (2002). Global Self-Esteem across the Life Span. *Psychology and Aging*, 17, 423-434.
- Rosenblum, Gianine D. & Lewis, Michael (1999). The Relations among Body Image, Physical Attractiveness, and Body Mass in Adolescence. *Child Development*, 70, 50-64.
- Schmidt, Jan-Henrik & Taddicken, Monika (2017). *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2013). *Social Media*. Wiesbaden: Springer Verlag.
- Schott, Hannah. (2011). *Förderung bei Sucht und Abhängigkeit*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Schubert, Klaus & Martina, Klein (2020). *Das Politiklexikon* (7. erw. Aufl.). Bonn: Dietz.
- Schulnetz 21 – Schweizerisches Netzwerk gesundheitsfördernder und nachhaltiger Schulen (ohne Datum). *Partizipation. Weshalb braucht es Partizipation in der Schule?* Gefunden unter <https://www.schulnetz21.ch/prinzipien/partizipation>
- Scott, David Meerman (2014). *Die neuen Marketing- und PR-Regeln im Social Web. Wie Sie mit Social Media und Content Marketing, Blogs, Pressemitteilungen und viralem Marketing Ihre Kunden erreichen* (4. Aufl.). Heidelberg: mitp-Verlag.
- Seeger, Christoph, Kost, Julia F. (2019). *Influencer Marketing. Grundlagen, Strategie und Management*. München: UVK Verlag.
- Seelmeyer, Udo & Zorn, Isabel (2015). Digitale Technologien in der Sozialen Arbeit. Zur Notwendigkeit einer technischen Reflexivität. *Der pädagogische Blick* (3), 134.
- Sixt, Barbara (ohne Datum). *Störungen des Körperbildes bei Kindern und Jugendlichen mit Essstörungen*. Gefunden unter [https://www.akademie-hofgeismar.de/Vortraege/07039\\_Sixt.pdf](https://www.akademie-hofgeismar.de/Vortraege/07039_Sixt.pdf)
- Staemmler, Frank M. (2015). *Das dialogische Selbst. Postmodernes Menschenbild und psychotherapeutische Praxis*. Stuttgart: Schattauer.
- Stuttgarter Nachrichten (2020, 25. September). *Eine inspirierende Bewegung wird erwachsen*. Gefunden unter <https://www.stuttgarter-nachrichten.de/inhalt.body-positivity-eine-inspirierende-bewegung-wird-erwachsen.5393c3ec-d5ad-4956-8b83-e2afb828f371.html>
- Süss, Daniel, Lampert, Claudia & Trültzsch-Wijnen, Christine W. (2018). *Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung* (3. Aufl.). Springer: Wiesbaden.
- Sutter, Tilmann (2010). *Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Teutsch, Friedrich, Maier, Gunter & Felder-Puig, Rosemarie (2017). *Das Körperelbstbild von österreichischen Schülerinnen und Schülern*. Wien: Bundesministerium für Gesundheit und Frauen.

- Thomsen, Tamara, Lessing, Nora, Greve, Werner & Dresbach, Stefanie (2018). Selbstkonzept und Selbstwert. In Arnold Lohaus (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 91-112). Berlin: Springer Verlag.
- Tiggemann, Marika & Miller, Jessica (2010). The Internet and Adolescent Girls' Weight Satisfaction and Drive for Thinness. *Sex Roles* (63), 79-90.
- Tiggemann, Marika & Zaccardo, Mia (2015). "Exercise to be fit, not skinny". The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image* (15), 61-67.
- Traut, Eva Melina (2016). *Meinungsführer in sozialen Netzwerken. Beratung in allen Lebenslagen oder einfach nur gute Werbestrategie?* Fakultät für Medien: Hochschule Mittweida University of Applied Science.
- Verlag das Netz (05/2011). *Was bedeutet Partizipation und was macht sie mit der Macht der Erwachsenen?* Gefunden unter <https://www.betrifftkinder.eu/zeitschrift/betrifft-kinder/betrifft-kinder-2011/bk-0511/508-was-bedeutet-partizipation.html>
- Wirtz, Markus Antonius (ohne Datum). *Dorsch Lexikon der Psychologie*. Gefunden unter <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/eindrucksmanagement>
- Zeidler, Anja (ohne Datum). *Physical & mental Health – Selflove – Inspiration!* Gefunden unter <https://anjazeidler.com/about/>
- Zentrum für lösungsorientierte Beratung (ohne Datum). *Basisdokumentation Baeschlin. Grundlagen der lösungsorientierten Gesprächsführung*. Gefunden unter <https://www.zlb-schweiz.ch/publikationen/downloads/p-135/>
- Zerres, Christopher (2018). *Instagram Stories als Marketinginstrument*. Offenburg: Autor.