DIPLOMA HOCHSCHULE
Private Fachhochschule Nordhessen

Studiengang Psychologie mit Schwerpunkt Klinische Psychologie und Psychologisches Empowerment

MASTER-THESIS

Untersuchung der Auswirkung von körperpositiven Videos und theoriebasierten Interventionen im Rahmen einer Kurzzeitintervention auf das Körperbild und die Selbstachtung von Frauen im jungen Erwachsenenalter unter Berücksichtigung der Einflüsse der sozialen Medien

Wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des akademischen Grades Master of Science (M.Sc.)

vorgelegt von: Julia Pauli
Matrikelnummer 140253950
Studienzentrum online

Bearbeitungszeitraum: 23.12.2023-08.06.2024

Verlängerung bis: 16.06.2024

Abgabe am: 14.06.2024

Betreuerin: Silvia Gurdan

Widmung

Für alle Frauen, die je an ihrem Körper gezweifelt haben.

Danksagung

Allen voran möchte ich mich bei meiner Betreuerin, Frau Silvia Gurdan dafür bedanken, dass sie mich dazu motiviert hat, es zu wagen diese Intervention zu planen. Außerdem für ihr unermüdliches Engagement sowie ihren Enthusiasmus beim Betreuen. Dies hat diese Hürde zu etwas viel Leichterem gemacht.

Des Weiteren gilt mein Dank Herrn Jan Wehmeyer für seine fachlich kompetente, schnelle und stets freundliche Beratung in statistischen Fragen.

Außerdem möchte ich mich bei meinen Korrekturleserinnen Nadja Sammer und Tabea Lange bedanken, die sich die Zeit genommen haben diese vielen Seiten zu prüfen.

Allgemein gilt mein Dank meinen Kommilitoninnen und Kommilitonen, da der enge Zusammenhalt während dieser Zeit immer eine große Stütze war. Insbesondere möchte ich jedoch Maria Da Silva Pinto und Gamze Ceylan sowohl für den regen Austausch als auch die emotionale Unterstützung danken.

Letztendlich gilt mein Dank meinem Freund und meiner Familie, die mich unermüdlich bestärkt und mich auch in den schwierigen Phasen ertragen haben.

Zusammenfassung

Forschungsinteresse

Der Körper der Frau ist in jedem Zeitalter ein Thema und scheint ständig bewertet werden zu müssen, insbesondere in den sozialen Medien. Um den Versuch anzustellen, die negativen Folgen dessen auf das Körperbild und die Selbstachtung von Frauen im jungen Erwachsenenalter abzumildern, wurde im Rahmen dieser Masterarbeit eine Kurzzeitintervention entwickelt.

Methode

Es wurde ein randomisiertes, experimentelles Design mit einer Warte-Kontrollgruppe gewählt. 22 Frauen nahmen an der Kurzzeitintervention teil, wobei 10 in der Experimentalgruppe und 12 in der Warte-Kontrollgruppe waren. In der Experimentalgruppe gab es drei Interventionen, bei denen jeweils Kurzvideos (sogenannte TikToks) gezeigt und theoretisch fundierte Übungen durchgeführt wurden. Die Kontrollgruppe erhielt vorerst kein Treatment. Eine Prä- und Posttestung der nötigen Variablen fand in beiden Gruppen statt. Es wurden folgende Komponenten, die mit dem Konstrukt des Körperbilds zusammenhängen, erhoben: Die Körperwertschätzung wurde anhand der *Body Appreciation Scale-2 (BAS-2)* operationalisiert. Die Internalisierung des Ideals wurde durch den *Social-Attitude-Towards-Appearance-Questionnaire (SATAQ-G)* erfasst. Mit der *Self-Objectification Beliefs and Behaviors Scale (SOBBS)* wurde die Selbstobjektifizierung gemessen. Die *Physical Appearance Comparison Scale (PACS)* diente dazu die Tendenz zu sozialen Vergleichen festzumachen. Außerdem wurde das Konstrukt der Selbstachtung mittels der *Rosenberg Self Esteem Scale (RSES)* operationalisiert.

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Studie deuten nicht darauf hin, dass sich die Körperwertschätzung im Rahmen der Intervention verbessern ließ. Außerdem konnte keine Verringerung der Internalisierung erzielt werden. Es fand sich jedoch eine starke negative Korrelation zwischen diesen beiden Konstrukten, wobei im Rahmen einer einfachen linearen Regression gezeigt werden konnte, dass die Internalisierung als signifikanter Prädiktor bezüglich des Kriteriums der Körperwertschätzung fungiert. Dabei ergab sich ein Modell mit hoher Anpassungsgüte und hoher Varianzaufklärung. Des Weiteren fand sich keine Bestätigung für

eine Verringerung der Selbstobjektifizierung, weniger soziale Vergleiche oder erhöhte Selbstachtung in der Interventionsgruppe im Vergleich zur Kontrollgruppe.

Fazit

Eine tiefergehende Beschäftigung mit den Konstrukten des Körperbilds und der Selbstachtung, sowie den damit zusammenhängenden Faktoren und deren Vielschichtigkeit und Interaktion ist unabdingbar, um förderliche Interventionen zu planen. Die zugrundeliegende Studie zeigt diese Lücken deutlich auf. Der Mehrwert ist einerseits in der subjektiv empfundenen Bereicherung der Teilnehmerinnen, die auf die Interventionen zurückgeführt wurde, zu sehen. Andererseits konnte gezeigt werden, dass die Internalisierung als ein entscheidender Prädiktor zur Vorhersage der Körperwertschätzung fungiert, was für zukünftige Forschungsvorhaben dienlich sein kann.

Abstract

Research interest

The female body is an issue in every age and seems to be constantly evaluated, especially in social media. In order to mitigate the negative consequences of these influences on the body image and self-esteem of women in young adulthood, a short-term intervention was developed as part of this master's thesis.

Method

A randomized, experimental design with a waiting control group was realized. 22 women took part in the short-term intervention, with 10 in the experimental group and 12 in the wait-list control group. There were three interventions in the experimental group, in each of which short videos (so-called TikToks) were shown and theoretically based exercises were carried out. For now there was no treatment in the control group. A pre- and post-test of the required variables took place in both groups. The following components related to the construct of body image were raised: Body appreciation was measured using the Body Appreciation Scale-2 (BAS-2). The Social-Attitude-Towards-Appearance-Questionnaire (SATAQ-G) captured the internalization of the ideal. The Self-Objectification Beliefs and Behaviors Scale (SOBBS) detected self-objectification. The Physical Appearance Comparison Scale (PACS) was used to determine the tendency to make social comparisons. In addition, the construct of self-esteem was operationalized using the Rosenberg Self Esteem Scale (RSES).

Results

The results of the study do not display that body esteem improved as part of the intervention. Furthermore, no reduction in internalization of the ideal was achieved. However, a strong negative correlation was found between these two constructs, whereas a simple linear regression showed that internalization acted as a significant predictor with regard to the criterion of body esteem. This resulted in a model with high fitting accuracy and large variance clarification. Furthermore, there was no acknowledgement of a reduction in self-objectification, fewer social comparisons or increased self-esteem in the intervention group compared to the control group.

Conclusion

A more in-depth occupation of the constructs of body image and self-esteem, as well as the associated factors and their complexity and interaction, is essential in order to plan conducive interventions. The underlying study clearly shows these omissions. On the one hand, the added value can be seen in the subjectively perceived enrichment of the participants, which was attributed to the interventions. On the other hand, it was shown that internalization acts as a decisive predictor of body esteem, which may be useful for future research projects.

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis IX
Abbildungsverzeichnis X
Tabellenverzeichnis XI
1 Einleitung 1
2 Theoretischer und empirischer Hintergrund 4
2.1 Einfluss der sozialen Medien 4
2.2 Körperbild der Frau und soziale Medien 9
2.2.1 Körperwertschätzung 16
2.2.2 Internalisierung des Medienideals 18
2.2.3 Selbstobjektifizierung 21
2.2.4 Körperbezogene soziale Vergleiche 23
2.3 Selbstachtung der Frau und soziale Medien 26
2.4 Förderung des Körperbilds und der Selbstachtung der Frau 30
2.4.1 Die Kurzzeitintervention 30
2.4.2 Frauen im jungen Erwachsenenalter 31
2.4.3 Körperpositive Videos – TikToks 31
2.4.4 Theoriebasierte Maßnahmen für das Körperbild 32
2.4.5 Theoriebasierte Maßnahmen für die Selbstachtung 39
3 Forschungslücke, Zielsetzung und Fragestellungen der vorliegenden Arbeit 40
4 Hypothesen 41
4.1 Hypothese 1 – Körperwertschätzung 41
4.2 Hypothese 2 – Internalisierung 42
4.3 Hypothese 3 – Internalisierung und Körperwertschätzung 42
4.4 Hypothese 4 – Selbstobjektifizierung 43
4.5 Hypothese 5 – Soziale Vergleiche 43
4.6 Hypothese 6 – Selbstachtung 43
5 Methode 44
5.1 Studiendesign und Vorgehen 44
5.2 Stichprobe und Poweranalyse 45
5.3 Verwendete Messinstrumente und Materialien 47
5.3.1 Messinstrumente für die Prä- und Postmessung 47
5.3.2 Materialien für die Kurzzeitintervention 49
5.4 Geplante Datenanalyse 51

6 Ergebnisse 53
6.1 Deskriptivstatistische Ergebnisse 53
6.2 Voraussetzungsprüfung 57
6.3 Inferenzstatistische Ergebnisse 59
6.3.1 Hypothese 1 – Körperwertschätzung 59
6.3.2 Hypothese 2 – Internalisierung 60
6.3.3 Hypothese 3 – Internalisierung und Körperwertschätzung 61
6.3.4 Hypothese 4 – Selbstobjektifizierung 62
6.3.5 Hypothese 5 – Soziale Vergleiche 62
6.3.6 Hypothese 6 – Selbstachtung 63
6.3.7 Zusammenfassung der Ergebnisse 64
7 Diskussion 65
7.1 Interpretation der Ergebnisse 65
7.2 Limitationen 77
8 Reflexion und Ausblick für weiterführende Forschung 81
9 Praktische Relevanz und Fazit 82
Literaturverzeichnis 84
Anhang 105
Eidesstaatliche Erklärung 120

Abkürzungsverzeichnis

BAS-2	Body Appreciation Scale – 2
PACS	Physical Appearance Comparison Scale
RSES	Rosenberg Self Esteem Scale
SATAQ-G	Social-Attitude-Towards-Appearance-Questionnaire
SOBBS	Self-Objectification Beliefs and Behaviors Scale

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Visuelle Darstellung des Tripartitute Influence Model in Anlehnung an T. Tylka et al. (2023) 12
Abbildung 2 Veranschaulichung der Cultivation Theory in Anlehnung an T. Tylka et al. (2023) 14
Abbildung 3 Visualisierte Darstellung des Studiendesigns (eigene Darstellung) 45
Abbildung 4 Visualisierung der Altersverteilung in der Stichprobe (eigene Darstellung) 54
Abbildung 5 Darstellung der Nutzung der sozialen Medien (eigene Darstellung) 55
Abbildung 6 Linearer Zusammenhang zwischen der Körperwertschätzung und der Internalisierung (eigene Darstellung) 58

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Häufigkeitsverteilung der Stichprobe bezüglich der Nutzung der sozialen Medien (eigene Darstellung) 54
Tabelle 2 Mittelwerte und Standardabweichungen der Experimentalgruppe in den relevanten Variablen vor und nach der Intervention (eigene Darstellung) 56
Tabelle 3 Mittelwerte und Standardabweichungen der Kontrollgruppe in den relevanten Variablen zum ersten und zweiten Messzeitpunkt (eigene Darstellung) 57
Tabelle 4 Zeit- und Gruppeneffekte Körperwertschätzung (eigene Darstellung) 60
Tabelle 5 Zeit- und Gruppeneffekte Internalisierung (eigene Darstellung) 60
Tabelle 6 Einfache lineare Regression mit dem Prädiktor Internalisierung und dem Kriterium Körperwertschätzung 61
Tabelle 7 Zeit- und Gruppeneffekte Selbstobjektifizierung (eigene Darstellung) 62
Tabelle 8 Zeit- und Gruppeneffekte Soziale Vergleiche (eigene Darstellung) 63
Tabelle 9 Zeit- und Gruppeneffekte Selbstachtung (eigene Darstellung) 63
Tabelle 10 Hypothesenübersicht (eigene Darstellung) 64

1 Einleitung

> Es gibt eine lange Geschichte des weiblichen Körpers als kulturell defizitär codierten Körper, als einen pathologischen Körper, der diszipliniert und normiert werden muss. Ebenso gibt es eine lange Tradition der Sexualisierung und Objektivierung des weiblichen Körpers in einer männlich-dominierten Welt. Durch die sozialen Medien hat sich der Blick auf die Schönheit weiterentwickelt. Noch immer findet eine körperliche Selbstoptimierung statt […] (Ruhr Universität Bochum, 2020, p. 53/54).

Dies statuiert Prof. Dr. Heike Steinhoff von der Ruhr Universität Bochum und verdeutlicht, dass Schönheitsideale kulturell und historisch bedingt sind und gesellschaftlichen Normen unterliegen, wobei heutzutage, unter anderem durch die sozialen Medien, zu einer körperlichen Selbstoptimierung angeregt wird (Ruhr Universität Bochum, 2020). Aktuell ist ein schlanker Körper das Idealbild für Frauen jeder Altersgruppe, was auch medial suggeriert wird (Schüttel, 2020). Eine große Gefahr, die mit den Körper- bzw. Schönheitsidealen einhergeht, ist, dass diese meist nicht zu erreichen sind (Baumgartner-Hirscher & Zumbach, 2019; Schüttel, 2020). Die ubiquitäre Darstellung und damit die Internalisierung von einem unerreichbaren Körperideal kann dazu führen, dass der eigene Körper verzerrt wahrgenommen wird, woraus auch ein geringer Selbstwert resultieren kann (Pauli, 2019). Allgemein beeinflussen diese Ideale sowohl die körperliche, als auch die psychische Gesundheit von Frauen (Pauli, 2019). Schönheit ist keine Eigenschaft mehr, denn Frauen müssen ständig dafür arbeiten, beispielsweise indem sie Diäten oder ausreichend Sport machen, um sich den propagierten Idealen anzunähern (Pauli, 2019). Forciert wird somit die Unzufriedenheit mit dem eigenen Leben und im Speziellen mit dem eigenen Körper, was neben anderen wesentlichen Faktoren die Entwicklung von gestörtem Essverhalten fördern und auch in einer Essstörung resultieren kann (Kaufmännische Krankenkasse, 2023). Eigentlich hat der Körper aus biologischer Sicht eine funktionale Rolle, aber aus sozialer Sicht übermittelt dieser wichtige Informationen, beispielsweise über den sozialen Status oder die Persönlichkeit (Pop, 2016).

Laut Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (2020) sind 9 von 10 Personen, die das Internet nutzen in den sozialen Netzwerken angemeldet und bei den 14 bis 29-Jährigen sind fast alle auf durchschnittlich fünf sozialen Plattformen aktiv. Jugendliche verbringen täglich 3,5 Stunden online und 73% nutzen mehrmals wöchentlich das soziale Netzwerk Instagram, das insbesondere für visuelle Selbstdarstellung genutzt wird (Götz,

2019). Dabei ist es den meisten wichtig „möglichst schlank“ und natürlich auszusehen, wofür oft Filter-Software genutzt wird, um Haare, Haut und Körper zu optimieren (Götz, 2019). Als bedeutende Vorbilder für die eigene Selbstinszenierung dienen die zahlreichen Influencerinnen und Influencer[1], die das aktuelle Schönheitsideal scheinbar authentisch verkörpern und ein stets erfülltes und glückliches Leben vorspielen (Götz, 2019; Götz et al., 2019). Die Darstellerinnen werden als repräsentativ für die ganze Bevölkerung wahrgenommen (Schüttel, 2020). Diesem Vergleich kann das geführte Leben von jungen Menschen und im speziellen jungen Frauen niemals standhalten und das eigene Leben und auch der eigene Körper wird somit als defizitär eingeordnet (Götz et al., 2019). Ebenso weitreichend sind die Vergleiche mit Peers, da diese meist als ebenbürtig, aufgrund von ähnlichen Ressourcen und Lebensweisen, angesehen werden (Fardouly et al., 2015a). Aufgrund der Allgegenwärtigkeit der Schönheitsideale können sich Frauen diesen kaum entziehen (Schemer, 2007). Problematisch ist auch, dass das Frauenbild in den Medien in den letzten Jahren zunehmend schlanker geworden ist, wobei nur etwa 5% der deutschen Frauen den propagierten Körpermaßen entsprechen, da die Akteurinnen in den Medien erheblich dünner sind, als der Bevölkerungsdurchschnitt (Schemer, 2003). Das mediale Schlankheitsideal und die weibliche Körperentwicklung passen nicht zusammen, da gerade in der Pubertät die Zunahme von Fettgewebe natürlich vorgesehen ist, wohingegen das gesellschaftliche Attraktivitätsideal den Abbau von Fett fordert (Schemer, 2003). Ebenso unterliegt der Körper der Frau weiteren natürlichen Veränderungen, wie beispielsweise in der Schwangerschaft (Usgu et al., 2023). In unserer Wohlstandsgesellschaft ist das Schlanksein jedoch mit Fitness, Selbstkontrolle und körperlicher Attraktivität, sowie positiven Persönlichkeitseigenschaften, wie erfolgreich, fröhlich und gesund, assoziiert (Schemer, 2003; Schüttel, 2020). Somit gilt das Gewicht als Indikator für Erfolg bzw. Misserfolg (Schüttel, 2020). Es hat sich also das Stereotyp entwickelt, dass physische Attraktivität mit positiven persönlichen Eigenschaften und Erfolg in Verbindung gebracht wird, wohingegen Übergewicht mit Faulheit assoziiert wird (Pop, 2016). Ein schlanker Körper ist Bestandteil des weiblichen Schönheitsideals und der Geschlechterrolle (Schüttel, 2020) und das Streben nach und Erreichen der Ideale lässt positive Erwartungen aufkommen, da die idealisierten Körper mit positiven Emotionen und persönlicher Leistung

[1] In der vorliegenden Arbeit wird sich um eine geschlechtsneutrale Sprache nach den Empfehlungen der UNESCO-Richtlinien für einen nicht-sexistischen Sprachgebrauch bemüht (http://www.une-sco.de/fileadmin/medien/Dokumente/Bibliothek/eine_sprache.pdf).

assoziiert werden (Rodgers et al., 2021). Die Gesellschaft und die Massenmedien vermitteln ein ideales Erscheinungsbild, das dazu führen kann, dass Frauen dieses internalisieren, da sie sich mit den idealisierten Körpern vergleichen (Usgu et al., 2023). Influencerinnen und Influencer prägen das idealisierte Körperbild mit und tragen somit zu sozialen Standards bei, die jedoch in Unzufriedenheit mit dem eigenen Körperbild resultieren können (Raheem & Aw, 2023). Diese Unzufriedenheit kann mit psychischen Problemen, wie z.B. Stimmungsschwankungen, geringem Selbstwert und geringer physischer Aktivität einhergehen (Usgu et al., 2023). Demgegenüber steht die sogenannte „body positivity" Bewegung, die auf der Idee aufbaut, dass alle Körper gut bzw. so in Ordnung sind, wie sie sind (Griffin et al., 2022). Somit soll die Akzeptanz des Körpers unabhängig von Aussehen und Funktion gefördert werden (Griffin et al., 2022). Das Verständnis von Schönheit soll erweitert werden und zu größerer Inklusivität führen, indem körperpositive Inhalte dargestellt werden und somit Widerstand gegen die vorherrschenden Schönheitsideale geleistet wird (Rodgers et al., 2023).

Aufgrund der enormen, negativen Auswirkungen von idealisierten Körpern in den sozialen Medien auf das Körperbild und die Selbstachtung der Frau und die Aussicht darauf, diesem durch körperpositive Inhalte entgegenzuwirken, entstand die Idee der zugrundeliegenden Masterarbeit. Es soll im Rahmen dieser eine Kurzzeitintervention für junge Frauen entwickelt werden, welche versucht die Folgen des propagierten Schönheitsideals abzumildern und alternative Sichtweisen anzubieten. Hinzu kommt die persönliche Motivation der Autorin, da diese im Rahmen eines Praktikums in einer psychosomatischen Klinik Erfahrungen mit essgestörten Patientinnen und Patienten sammeln konnte. Somit wurde im persönlichen Austausch die enorme Tragweite, eines ständig den Körper bewertenden Umfelds, als einer von vielen auslösenden und aufrechterhaltenden Faktoren deutlich. Dadurch wurden auch die, im Alltag ständig bewertenden, zum Teil auch abwertenden Kommentare von Personen im weiteren Umfeld, wie „Was ist denn mit ihr passiert, sie müsste nur abnehmen, dann wäre sie wieder viel attraktiver." in Gesprächen salienter. Insofern entstanden die Bemühungen den ubiquitären Idealvorstellungen, wie der Körper einer Frau zu sein hat und den abträglichen Folgen dieser, im Rahmen der zugrundeliegenden Masterarbeit entgegenzuwirken.

Der Aufbau dieser Arbeit gestaltet sich wie folgt: Nach Kapitel 1 mit den einleitenden Worten folgt in Kapitel 2 der theoretische und empirische Hintergrund zu den

zugrundeliegenden Konstrukten. In Kapitel 3 werden die Forschungslücke, die Zielsetzung der Arbeit sowie die Fragestellungen, die resultieren, dargestellt. Kapitel 4 beinhaltet die abgeleiteten Hypothesen. Darauf folgt Kapitel 5, in welchem das methodische Vorgehen detailliert dargelegt wird. Es fügt sich Kapitel 6 mit den deskriptiven und inferenzstatistischen Ergebnissen an. In Kapitel 7 findet sich die Diskussion mit der Interpretation der Ergebnisse und den Limitationen des Forschungsvorhabens. Kapitel 8 beinhaltet die Reflexion und gibt einen Ausblick für weiterführende Forschung. Abschließend wird in Kapitel 9 die praktische Relevanz dargestellt und ein übergreifendes Fazit gezogen.

2 Theoretischer und empirischer Hintergrund

Nachfolgend soll dargestellt werden, wie das Konstrukt des Körperbilds von Frauen im jungen Erwachsenenalter beeinflusst wird, wobei unterschiedliche Determinanten, beleuchtet werden. Dazu gehören die Körperwertschätzung, die Internalisierung des Medienideals, die Selbstobjektifizierung, sowie körperbezogene soziale Vergleiche. Zudem soll das Konstrukt der Selbstachtung dargestellt werden, wobei bei beiden Konstrukten besonders der Einfluss der sozialen Medien fokussiert wird. Deshalb werden vorweg die sozialen Medien und deren Auswirkungen näher beschrieben. Anschließend wird eruiert wie sowohl Körperbild, als auch Selbstachtung vor den zuvor erläuterten Einflüssen geschützt bzw. positiv beeinflusst werden können, um somit eine theoretische Fundierung für die durchgeführte Kurzzeitintervention zu bieten. Dazu werden die empirische Forschungsliteratur, sowie grundlegende theoretische Rahmenmodelle herangezogen.

2.1 Einfluss der sozialen Medien

Soziale Medien können definiert werden als jede Website bzw. jegliche mobile, online App mit nutzergeneriertem Inhalt, wobei sich die Nutzenden austauschen, selbst erstellte Inhalte verbreiten und an einer virtuellen Gemeinschaft teilhaben können (Jiotsa et al., 2021). Es ist ein Sammelbegriff für eine große Anzahl interaktiver Plattformen über welche textuelle oder visuelle Inhalte kreiert und geteilt werden oder auf welche reagiert werden kann (Rodgers et al., 2021). Die Inhalte sind nutzergeneriert und lassen sich simpel erzeugen und massenhaft verbreiten (Rodgers et al., 2021). Als hervorzuhebende Unterscheidungsmerkmale zu traditionellen Medien gelten einerseits die Möglichkeit der Interaktion, welche eine sofortige Rückmeldung ermöglicht und somit soziale Normen

vermittelt, andererseits das Erzeugen von wahrgenommener Nähe zur eigenen Person (Rodgers et al., 2021). Vornehmlich werden die sozialen Medien von Teenagern und jungen Erwachsenen genutzt und die gängigsten Plattformen sind beispielsweise Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, BeReal oder Twitter (Jiotsa et al., 2021; Koch, 2022). 50% der Menschen ab 14 Jahren nutzten im Jahr 2023 wöchentlich die sozialen Medien, täglich nutzen diese 35% (Koch, 2022). Junge Menschen unter 30 Jahren weisen nicht nur ein höheres Nutzungsverhalten auf, sondern auch eine größere Diversität an Plattformen, sowie eine intensivere und selbstverständlichere Nutzung (Koch, 2022). Dabei zeigt sich auch, dass insbesondere Videos an Bedeutung gewinnen, wobei 23% der Menschen in Deutschland täglich Videos auf Instagram, TikTok oder Snapchat betrachten und vor allem 14-29-Jährige diese Inhalte konsumieren, womit sich der Boom der Videoplattform TikTok erklären lässt (Koch, 2022). Bilder von perfekten Körpern und Lebensstilen sowie das Kreieren einer verzerrten Wirklichkeit sind in sämtlichen sozialen Medien üblich (Chukwuere & Chukwuere, 2023; Perloff, 2014). Die sozialen Medien dienen dazu sich selbst darzustellen (Raheem & Aw, 2023). Es ist möglich sich selbst zu zeigen, wie man gesehen werden will, wobei unerwünschte Aspekte sehr einfach verborgen werden können, wobei den Nutzenden vermittelt wird, dass sowohl das Aussehen, als auch das präsentierte Leben der Realität entsprechen (T. Tylka et al., 2023). Oftmals werden unrealistische Schönheitsideale vermittelt, welche dann zur Norm werden können, was wiederum die Körperwahrnehmung der Konsumierenden beeinflussen kann (Raheem & Aw, 2023). Die idealisierte Darstellung von Schönheit und Schlankheit in den sozialen Medien kann sich in einem negativem Körperbild niederschlagen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die ständige Exposition mit Inhalten in den sozialen Medien, die sich auf das Aussehen beziehen, kann zu einer sehr engen Konzeptualisierung von Schönheit und Gewichtsstigmata führen (T. Tylka et al., 2023). Zudem bieten die sozialen Medien eine Möglichkeit der Validierung, da die eigene physische Erscheinung abgeglichen werden kann (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die ständige Exposition mit bearbeiteten und idealisierten Inhalten trägt dazu bei, dass inakkurate gedankliche Prozesse bezüglich des Körperbilds ausgelöst werden, was dazu führt, dass internalisiert wird, welches Aussehen in den sozialen Medien wertgeschätzt und somit als persönliches Ziel gesetzt werden muss (Jiotsa et al., 2021). Einflüsse auf das Körperbild und die Selbstachtung lassen sich nicht abstreiten (Chukwuere & Chukwuere, 2023; Raheem & Aw, 2023). Eine Plattform soll hier

besonders hervorgehoben werden, da diese auch nachfolgend in Form der Kurzzeitintervention Anwendung finden wird.

Diese ist TikTok, eine bildzentrierte App für Smartphones mit der Kurzvideos (15s – 10min) erstellt und konsumiert werden können und welche aktuell 800 Millionen Nutzende zählt, wobei die Zielgruppe vornehmlich Generation Z mit 41% ist (Mink & Szymanski, 2022; Seekis & Lawrence, 2023). TikTok gehört ebenso wie Instagram, Snapchat oder Facebook zu den visuellen und auf das Aussehen fokussierte Plattformen (T. Tylka et al., 2023). Diese App ist mit einem Algorithmus ausgestattet, der den Nutzenden Inhalte präsentiert, die deren Interessen entsprechen (Seekis & Kennedy, 2023). TikTok fordert dazu auf bestehende Trends nachzuahmen, wobei diese oft provokativer Natur sind, da sie Frauen ermutigen bestimmte Körperteile durch Kleidung oder Bewegungen zu betonen, indem dies von vornehmlich jungen und attraktiven Influencerinnen vorgemacht wird (Mink & Szymanski, 2022). Es besteht somit ein konstantes Angebot an hoch sexualisierten Inhalten, die sich mit dem Körper beschäftigen, wobei sich eine direkte Verbindung zwischen der Nutzung und der Körperunzufriedenheit sowie eine indirekte durch Aufwärtsvergleiche und Körperüberwachung ergibt (Mink & Szymanski, 2022). Nutzende dieser App können Inhalte erstellen und solche von anderen Personen konsumieren, liken, kommentieren und teilen, wobei die Videos mit Hashtags versehen werden können, um sie für andere leichter auffindbar zu machen (Pryde & Prichard, 2022). Beispielsweise wurde #fitspo im Januar 2022 991.4 Millionen Mal angesehen, #fitspiration 106 Millionen Mal (Pryde & Prichard, 2022). Es zeigt sich, dass die sogenannte fitspiration bzw. thinspiration Bewegung bei weitem körperpositive Inhalte übertrifft, auch wenn #bodypositive mittlerweile den Meilenstein von einer Milliarde Aufrufe erreicht hat (Pellizzer & Wade, 2023). Unter #fitspiration finden sich auf TikTok vornehmlich Videos muskulöser Frauen, welche einen gesunden, sportlichen Lebensstil vorleben. Bei #thinspiration erscheinen Inhalte besonders dünner Frauen, welche zeigen, wie sie diese Körperform erreicht haben. Bezüglich Körperbildproblematiken ist unklar, welche Art von Input schädlicher ist (Pryde & Prichard, 2022).

Demgegenüber steht die „bodypositivity“ Bewegung, deren Ziel es ist die vermittelten Normen der äußerlichen Erscheinung, wie beispielsweise ein besonders dünnes Schönheitsideal, zu hinterfragen und stattdessen das Entgegenbringen von Liebe und Akzeptanz gegenüber allen verschiedenen Arten von Körpern zu fördern (R. Cohen et al., 2021). Es

soll mehr Diversität und Inklusivität generiert werden, indem die Akzeptanz und Funktionalität des Körpers sowie die Körperwertschätzung im Fokus steht, wobei die omnipräsente Diätkultur und die eng definierten Schönheitsideale hinterfragt werden sollen (T. Tylka et al., 2023). Die Akzeptanz des Körpers soll außerdem unabhängig von Aussehen und Funktion sein (Griffin et al., 2022). Aufgrund der hohen Prävalenz von Körperunzufriedenheit und den negativen Konsequenzen dieser, hat es sich die „bodypositivity" Bewegung zur Aufgabe gemacht die Ideale nicht nur zu hinterfragen, sondern auch Alternativen anzubieten (Pellizzer & Wade, 2023). Durch die Visualisierung von Körperdiversität oder –funktionalität bzw. durch das Fokussieren persönlicher Eigenschaften besteht die Möglichkeit Schönheit wieder breiter zu konzeptualisieren und Gewichtsstigmata abzubauen, da sich die Betrachtenden wieder an eine größere Bandbreite von Körpern und Erscheinungen gewöhnen (Rodgers et al., 2021; T. Tylka et al., 2023). Diese Bewegung kann unterstützen sich weniger auf die extern vermittelten Schönheitsideale, welche in den sozialen Medien dargestellt werden, zu fokussieren, mehr Selbstachtung und emotionale Unterstützung zu etablieren und gesundheitliche Erschwernisse, wie Körperbildprobleme präventiv zu adressieren (Pedalino & Camerini, 2022). Körperpositive Medien versuchen Individuen zu stärken, indem sie eine zuträgliche Einstellung in Bezug auf ihren Körper unabhängig von der physischen Erscheinung etablieren, ermutigen den Körper unabhängig von Gewicht, Form und Größe zu akzeptieren, auf dessen Bedürfnisse zu achten und diesen durch die Ablehnung, der in den Medien propagierten Schönheitsideale, zu schützen (Avalos et al., 2005). Nichtsdestotrotz wird diese Bewegung dafür kritisiert immer noch den Körper in den Fokus zu rücken (Tiggemann et al., 2020). Außerdem kann die Darstellung eines „normalen" Körpers, was im Sinne körperpositiver Medien ist, dazu führen, dass dieser, im Gegensatz zu den idealisierten Körpern, als wirklichkeitsgetreue Referenz angesehen wird, wodurch es jedoch auch zu vermehrten Vergleichen und zu Körperunzufriedenheit kommen kann (Mink & Szymanski, 2022). Mink und Szymanski (2022) äußern weitere Bedenken, da auch Inhalte, welche die Körperfunktionalität betonen und die propagierten Ideale nicht weiter verherrlichen, trotzdem nicht unmittelbar vor den Folgen schützen.

Denn ganz gleich, welche Inhalte dargeboten werden, die sozialen Medien präsentieren eine verzerrte Wirklichkeit, und erzeugen Erwartungen, wodurch sich der Druck erhöht die gezeigten Ideale zu erreichen, obwohl dies meist unmöglich ist (Perloff, 2014). Die

sozialen Medien sind interaktiv und Peers sind ständig präsent, wobei vornehmlich visuelle Inhalte ausgetauscht werden (Perloff, 2014). Insbesondere der regelmäßige und konsistente Konsum von bild- oder videobasierten sozialen Medien kann zu negativen Auswirkungen bezüglich des Körperbilds führen (Mink & Szymanski, 2022). Es ist eine ständige Erreichbarkeit vorhanden, einerseits um sich selbst zu zeigen, andererseits, um andere zu betrachten (Perloff, 2014). Somit bietet sich jederzeit die Möglichkeit Vergleiche mit anderen, insbesondere attraktiven Peers vorzunehmen und dysfunktionale Beobachtungen bezüglich eigener, abgewerteter Körperteile vorzunehmen (Perloff, 2014). Ganz unabhängig davon, welche Videos also beispielsweise auf TikTok konsumiert werden, auch wenn in diesen nicht direkt ein Schönheitsideal propagiert wird, werden meist andere Körper betrachtet und sich mit diesen ungewollt und unbewusst verglichen (Mink & Szymanski, 2022). Hauptsächlich die Suche nach Bestätigung in den sozialen Medien kann zu Körperunzufriedenheit und negativen, affektiven Reaktionen führen, welche dann wiederrum gelindert werden sollen, meist mit Hilfe derselbigen, wodurch eine Rückkopplungsschleife entsteht (Perloff, 2014). Die Bestätigung der eigenen körperlichen Attraktivität und somit die Befriedigung eines psychologischen Bedürfnisses (z.B. Validierung des Selbstkonzepts) findet jedoch meist im Inneren statt und kommt nicht von außen, was wiederrum zu einem Gefühl der Enttäuschung führt (Perloff, 2014). Somit ergibt sich ein Teufelskreislauf aus der Nutzung sozialer Medien, der Suche nach Rückversicherung und Bestätigung, abträglichen sozialen Vergleichen, problematischen Normen und unrealistischen, dysfunktionalen Körperidealen (Perloff, 2014). Durch die hohe Anzahl von idealisierten Repräsentationen von Schönheit werden unrealistische Erwartungen geschaffen, die Druck erzeugen, diese Normen erreichen zu müssen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die Darstellung von perfekten Körper und Lebensstilen können zu Gefühlen der Unzulänglichkeit und negativen Emotionen im Hinblick auf die eigene Erscheinung führen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Nichtsdestotrotz steigt die Nutzung der sozialen Medien weltweit an und ist allgegenwärtig (Fardouly et al., 2015a). Durch den ständigen Fokus auf die physische Erscheinung erscheint die externe Validierung bedeutender, als sie es eigentlich sein sollte, was bedeutet, dass das eigene Selbst immer von anderen Menschen abhängig ist und deren Bewertung ein hoher Wert beigemessen wird, wobei der Fokus immer auf dem Äußeren liegt und nicht auf anderen Komponenten des Selbstwerts (Chukwuere & Chukwuere, 2023).

Auch wenn meist perfekte Körper und Lebensstile propagiert werden, kann dieses Medium auch genutzt werden, um ein positives Körperbild und Selbstachtung zu etablieren (Chukwuere & Chukwuere, 2023), was Hoffnung bietet. Dadurch, dass diverse Körperformen gezeigt werden, ergibt sich die Eventualität, dass sich das Schönheitsideal wandelt, indem breitere mentale Repräsentationen von Körpern entstehen und als schön angesehen werden (Stein et al., 2021). Inhalte, die körperpositiver Natur sind, erweiterten das Verständnis von Schönheit und führen zu mehr Inklusivität, außerdem wird aktiv Widerstand gegen die vorherrschenden Schönheitsideale geleistet (Rodgers et al., 2023). Körperpositive Inhalte können durchaus hilfreich sein, ein positives Körperbild zu entwickeln, wenn diese die unrealistische Natur der sozialen Medien hervorheben, Widerstand gegenüber den Schönheitsidealen ausdrücken und Wertschätzung für den eigenen Körper vermitteln (Rodgers et al., 2023). Der Einfluss der sozialen Medien auf die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper kann unter anderem durch die Vergleiche mit anderen, der Internalisierung eines dünnen, idealisierten Erscheinungsbilds und die unrealistischen, sozialen Schönheitsideale, welche zur Norm geworden sind, begründet werden (Raheem & Aw, 2023). Seekis und Kennedy (2023) berichten, dass bereits eine kurze Exposition mit TikToks, welche inhaltlich die Schönheit von Frauen thematisierten, einen negativen Einfluss darauf hat, wie sich Frauen mit ihrem eigenen Aussehen fühlen. Die inhaltliche Präsentation von Selbstmitgefühl in den Videos führte hingegen dazu, dass die Frauen sich selbst gegenüber auch mehr Mitgefühl aufbringen konnten (Seekis & Kennedy, 2023). Die Konfrontation mit den sozialen Medien oder soziale Vergleiche hinsichtlich des Körpers führen nicht bei allen Frauen zu Körperunzufriedenheit, da hierbei auch Risikofaktoren, wie geringere Selbstachtung, Depression, Perfektionismus, Internalisierung und die äußere Erscheinung als zentrale Bedingung für den Selbstwert eine Rolle spielen (Perloff, 2014). Wie genau das Körperbild und dessen Determinanten definiert sind, welchen Einflüssen diese unterliegen und wie das Zusammenspiel dieser aussieht, wird nachfolgend dargestellt.

2.2 Körperbild der Frau und soziale Medien

“I never thought I was ugly, or weird looking or I actually thought I was beautiful until people told me otherwise” (Alleva et al., 2023, p.163). Dieses Zitat einer jungen Frau macht deutlich, dass die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und das Gefühl nicht

„schön“ zu sein von außen induziert sein kann. Wie man sich selbst betrachtet und bewertet, wird also von den Aussagen und dem Verhalten anderer Personen mitbestimmt.

Das Körperbild ist ein bedeutendes multidimensionales, psychologisches Konstrukt in diesem Forschungsbereich und es wird maßgeblich durch die sozialen Medien beeinflusst (Raheem & Aw, 2023; Rodgers et al., 2021). Es beinhaltet sowohl affektive Komponenten (z.B. Gefühle bezüglich der eigenen Erscheinung), perzeptuelle Aspekte (z.B. Wahrnehmung der Körperform), Verhaltensaspekte (z.B. Gewichtskontrolle), als auch kognitive Aspekte (z.B. Einstellungen und Emotionen bezüglich des eigenen Körpers) (Raheem & Aw, 2023; Usgu et al., 2023). Das Körperbild meint somit die subjektive Bewertung der physischen Erscheinung (Chukwuere & Chukwuere, 2023), es umfasst die Wahrnehmung, die Gedanken und Gefühle bezüglich des eigenen Körpers und meint die Darstellung der eigenen Körperrepräsentationen, auch des Spiegelbilds (Jiotsa et al., 2021). Dabei ist das Körperbild unabhängig davon, wie der Körper tatsächlich aussieht (Alleva et al., 2015). Außerdem spiegelt das Körperbild soziale Konstrukte wider, die von der Kultur und den Normen der Gesellschaft abhängen (Jiotsa et al., 2021). Ein negatives Körperbild äußerst sich meist in einer oder mehreren Komponenten, beispielsweise in einer Unzufriedenheit mit der äußeren Erscheinung oder in Verhaltensweisen, wie ständiges Wiegen oder Überprüfen des Aussehens im Spiegel (J. Menzel et al., 2011). Ungefähr 60% der erwachsenen Frauen berichten von einem negativen Körperbild, wobei diese Raten über die Lebensspanne hinweg relativ stabil bleiben (Tiggemann, 2004) und mit ernsthaften Konsequenzen für das Gesundheitsverhalten einhergehen (Alleva et al., 2015), wodurch die Notwendigkeit der Förderung eines positiven Körperbilds deutlich wird. In einer Metaanalyse von Lacroix et al. (2023) wurde die Entwicklung des Körperbilds über die Lebensspanne untersucht, wobei sich ergab, dass sich das durchschnittliche Körperbild von Frauen in den Jahren der Pubertät und der frühen Adoleszenz verschlechtert mit einem Tiefpunkt bei 16 Jahren und es in den späten Adoleszenzjahren bzw. frühen Zwanzigerjahren wieder eine Verbesserung erfährt. Dies soll keinesfalls implizieren, dass Interventionen unnötig sind, da durch die natürliche Entwicklung ein positives Körperbild entsteht, sondern verdeutlichen, dass das Körperbild natürlichen Veränderungen unterliegt (Lacroix et al., 2023). Die starke Verschlechterung im Altersbereich von 10-14 Jahren lässt sich auf die einsetzende Pubertät und die damit einhergehende Gewichtszunahme sowie weitere einschneidende soziale, biologische und physische Veränderungen

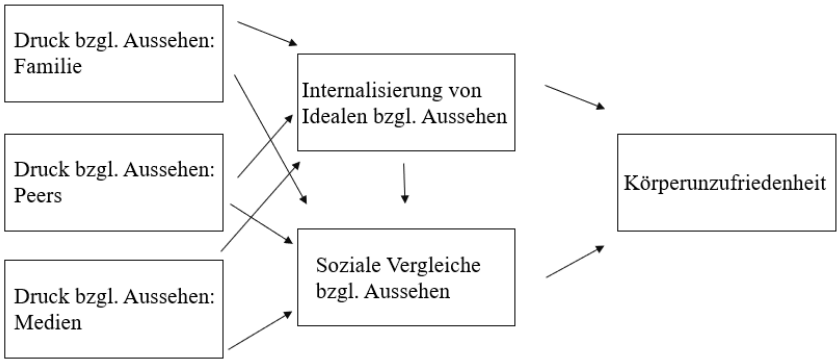
zurückführen (Lacroix et al., 2023). Bei Interventionen gilt es aufgrund dieser Erkenntnisse das Ausmaß und die Richtung der erwarteten normativen Veränderungen für eine Altersgruppe zu berücksichtigen und abzuklären, ob der Zeitpunkt der Studie mit diesen normativen Veränderungen übereinstimmt (Lacroix et al., 2023).

Eine negative Körperwahrnehmung kann durch physische, psychosoziale, als auch Umweltfaktoren entstehen (Usgu et al., 2023), wobei drei große Einflussquellen auf die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körperbild in Peers, Familie und Medien gesehen werden können (Raheem & Aw, 2023). Gerade während der Pubertät verändert sich der weibliche Körper, wobei diese physische Veränderung mit einer höheren Aufmerksamkeit für den eigenen Körper einhergeht und die Notwendigkeit von Akzeptanz durch die Peergruppe deutlich macht (Pedalino & Camerini, 2022). Gemäß der *Self-Discrepancy-Theory* nach Higgins (1987) ist eine Diskrepanz zwischen dem tatsächlichen Körperbild (wie eine Person denkt, dass ihr Körper aussieht) und dem idealen Körperbild (wie eine Person möchte, dass ihr Körper aussieht) entscheidend dafür, dass negative Auswirkungen folgen. Es werden drei Domänen des Selbst (tatsächlich, ideal, soll) und zwei Positionen bezüglich des Selbst (eigene, signifikante Andere) unterschieden (Möri et al., 2022). Personen sind bestrebt Konsistenz zwischen diesen Domänen herzustellen, also die internalisierten Ideale bezüglich des Körperbilds zu erreichen, was mit schädlichen Folgen, wie negativen Emotionen oder sogar Depressionen einhergehen kann (Higgins, 1987; Higgins et al., 1986). Laut dem *Tripartitute Influence Model* entsteht ein negatives Körperbild dadurch, dass Medien, Peers und die Familie Erscheinungsideale vermitteln und somit Druck auf die Personen ausgeübt wird, wobei der Prozess durch soziale Vergleich hinsichtlich des Aussehens und die Internalisierung dieser mediiert wird (J. K. Thompson, Coovert, et al., 1999). Die sozialen Medien gehören also neben Gleichaltrigen, Eltern und den traditionellen Medien zu den prägenden sozialen Einflüssen (T. Tylka et al., 2023). Die Internalisierung und die sozialen Vergleiche können als Vermittler gesehen werden, die den Druck ein bestimmtes Aussehen erreichen zu müssen und die Nutzung der sozialen Medien mit Fokus auf das Aussehen mit der Körperunzufriedenheit verbinden (T. Tylka et al., 2023). Abbildung 1 verdeutlicht diese Verbindungen zwischen dem Druck und der Internalisierung, sowie den sozialen Vergleichen, welche wiederum die Körperunzufriedenheit beeinflussen, wie es auch von T. Tylka et al. (2023) beschrieben wird. Es wird postuliert, dass diese Verbindungen durch körperpositive Medien, eine wahrgenommene

Akzeptanz von diversen Körpern in den Medien oder auch Medienkompetenz positiv zu beeinflussen sind, also abgeschwächt werden können, wohingegen eine exzessive Beschäftigung mit dem Aussehen in den sozialen Medien dazu führt, dass diese weiter gestärkt werden (T. Tylka et al., 2023).

Abbildung 1

Visuelle Darstellung des Tripartitute Influence Model in Anlehnung an T. Tylka et al. (2023)



Die *Objectification-Theory* nimmt hingegen an, dass das negative Körperbild daraus resultiert, dass Mädchen und Frauen meist aufgrund ihrer äußeren Erscheinung bewertet werden und darüber Wertschätzung erfahren, wobei andere Eigenschaften, wie die Persönlichkeit, vernachlässigt werden (Fredrickson & Roberts, 1997). Dadurch kommt es zur Selbstobjektifizierung, das heißt, dass sich auch Frauen selbst aufgrund ihres Körpers bewerten und schätzen (Fredrickson & Roberts, 1997). Die Objektivierung ist ein Merkmal der Umwelt, in der Frauen leben, wodurch sie regelmäßig damit konfrontiert werden, was zur Verinnerlichung und der Anwendung dieser Ansichten auf sich selbst und andere führt (T. Tylka et al., 2023). Dies kann in Scham oder Angst in Bezug auf den eigenen Körper resultieren (T. Tylka et al., 2023). Diese Theorie ist keine Körperbildtheorie an sich, kann jedoch Wirkmechanismen erläutern, welche die sozialen Medien und das Körperbild miteinander verbinden (T. Tylka et al., 2023). Die Betrachtung und Bewertung des Körpers ist somit von soziokulturellen Normen abhängig, welche sich auf das körperliche Erscheinungsbild beziehen, wobei dies Auswirkungen auf das Selbstwertgefühl hat (Fredrickson & Roberts, 1997). Diese Normen sind in westlich geprägten Kulturen allgegenwärtig und betonen die hohe Bedeutung des Aussehens für Frauen mehr, als für Männer, wobei dies besonders im Alter von 15 bis 40 Jahren äußerst stark ausgeprägt ist (Fredrickson & Roberts, 1997). Dies führt zur Annahme, dass geschlechtsspezifische

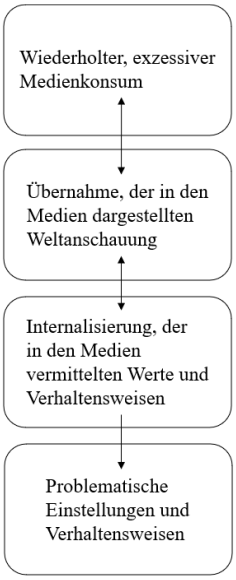
Unterschiede bezüglich Körperbild und Unzufriedenheit mit dem Körper in dieser Zeitspanne besonders hervortreten (Fredrickson & Roberts, 1997). In beiden Modellen spielt die soziale Umwelt eine bedeutende Rolle für die Formung des Körperbilds, woraus sich Ansatzpunkte ableiten lassen, ein negatives Körperbild zu minimieren und ein positives Körperbild zu fördern (Fredrickson & Roberts, 1997; J. K. Thompson, Coovert, et al., 1999).

Zur Definition des positiven Körperbilds lässt sich sagen, dass es ein vielfältiges Konstrukt ist, das Liebe und Respekt gegenüber dem eigenen Körper ausdrückt (T. L. Tylka & Wood-Barcalow, 2015b). Es ist ein „[…] multidimensional construct, including body appreciation, body acceptance and love, a broad conceptualization of beauty, adaptive appearance investment, inner positivity, and filtering information in a body protective manner" (Behrend & Warschburger, 2022, p. 216). Allgemein ist das Körperbild jedoch nicht nur ein kognitives Konstrukt, sondern es reflektiert auch die Einstellungen und Interaktionen mit anderen Personen (Pop, 2016). Dass das Körperbild negativ durch Inhalte beeinflusst werden kann, welche das aktuelle Schönheitsideal propagieren, zeigten Gurtala und Fardouly (2023). Videos und Bilder dieser Art bewirkten einen Anstieg in der Unzufriedenheit mit dem Aussehen, negativer Stimmung und Selbstobjektifizierung im Vergleich zu neutralen Bildern und Videos (Gurtala & Fardouly, 2023). Dadurch kann gefolgert werden, dass derartige Inhalte schädliche Auswirkungen auf das Körperbild junger Frauen haben können, unabhängig davon, welches Medium verwendet wird (Gurtala & Fardouly, 2023). Die Medien tragen einen zentralen Teil dazu bei, das Körperbild und die Verhaltensintentionen von Menschen zu Formen, wobei dies abhängig ist von Faktoren, wie Altersgruppe, Geschlecht oder Art der Medien (Huang et al., 2020). Je mehr ein Mensch der erscheinungsbezogenen Medienexposition ausgesetzt ist, desto negativer sind die Körperbildoutcomes, wobei hier von kleinen bis moderaten Effekten gesprochen wird und insbesondere die Exposition mit dem dünnen Ideal Körperunzufriedenheit bewirkt (Huang et al., 2020). Diese Befunde bekräftigen das Tripartitute Influence Model von J. K. Thompson, Heinberg, et al. (1999), welches betont, dass soziale Faktoren (z.B. der Druck durch die Massenmedien), Faktoren durch Peers (z.B. Druck durch Inhalte bezogen auf das Körperbild) und psychosoziale Faktoren (z.B. Internalisierung, Selbstachtung) in einem engem Zusammenhang stehen (Huang et al., 2020). Die Einflüsse der Medien auf die Wahrnehmung und das Verhalten scheinen jedoch eher durch

längerfristige Konfrontation mit den erscheinungsbezogenen Inhalten zu resultieren, als durch kurzweilige (Dohnt & Tiggemann, 2006). Außerdem scheint es zu simpel nur das Bestreben der Norm zu entsprechen, als Grund dafür anzunehmen, dass Menschen die idealisierten Vorstellungen, welche in den Medien präsentiert werden, verfolgen (Huang et al., 2020). Zieht man die *Self-determination Theory* heran (Deci & Ryan, 2008; Ryan & Deci, 2000) ist davon auszugehen, dass auch die intrinsische Motivation ein Rolle dabei spielt, den Körper zu kontrollieren und somit in eine optimierte Form zu bringen, was im Anschluss Autonomie, Selbstdisziplin und Kompetenz vermittelt (Huang et al., 2020). Des Weiteren bezieht sich Stein et al. (2021) auf die *Cultivation Theory* von Gerbner und Gross (1976), welche sich ursprünglich auf traditionelle Medien, wie Fernsehen, fokussiert und erläutert, dass die wiederholte und intensive Nutzung der sozialen Medien dazu führt, dass die dargestellte Weltanschauung verinnerlicht wird (siehe Abbildung 2). Somit adaptieren die Nutzenden maladaptive Einstellungen und Verhaltensweisen, wobei bestimmte Schönheitsideale propagiert und bestimmte Körperformen abgewertet werden, was als Norm wahrgenommen wird und somit zu einer Verinnerlichung dieser Ideale führt (T. Tylka et al., 2023). Sowohl die Internalisierung, als auch die Vergleiche führen zu Unzufriedenheit und einem erhöhten Druck nach Konformität, sofern Diskrepanzen zwischen dem eigenen Aussehen und dem kultivierten Ideal auffallen (Stein et al., 2021). Bisher ist die Forschung zur Untermauerung dieser Theorie jedoch noch dürftig (T. Tylka et al., 2023).

Abbildung 2

Veranschaulichung der Cultivation Theory in Anlehnung an T. Tylka et al. (2023)



Von Bedeutung sind in diesem Kontext auch Informationsverarbeitungs- und Aufmerksamkeitsprozesse. Die *Schema Theory* betont die Bedeutung von Informationsverarbeitungsprozessen bei Inhalten, die sich auf das Aussehen beziehen, wobei diese von Selbstschemata bezüglich des Selbst und der eigenen Erscheinung abhängen (Altabe & Thompson, 1996). Laut Halliwell (2015) ist ein negatives Körperbild dafür verantwortlich, dass die Aufmerksamkeit vermehrt auf Informationen in der Umwelt gelenkt wird, welche mit dem Aussehen zu tun haben, außerdem wird dadurch die Interpretation dieser beeinflusst. Auch die Aussagen von Hewig et al. (2008) bekräftigen dies, da insbesondere Personen, die danach streben dünn zu sein vornehmlich ihre Aufmerksamkeit auf Körperregionen lenken, welche damit in Verbindung stehen. Zudem zeigt sich, dass vor allem bei hoher Körperunzufriedenheit eine abträgliche Interpretation von ambivalenten Aussagen, welche sich auf das Aussehen beziehen, vorgenommen wird, indem diese als negativ gewertet werden (Altabe et al., 2004). Des Weiteren geht eine sehr aktuelle Theorie von Rodgers und Laveway (2022) die *Theory of development of critical body awareness* davon aus, dass Personen unterschiedliche Motive haben die sozialen Medien zu nutzen. Insbesondere diese Nutzenden, welche bereits Probleme mit dem eigenen Körper haben, suchen nach Inhalten, die sich um den Körper oder das Aussehen drehen und werden dadurch vermehrt mit den Idealen konfrontiert, wodurch sich wiederrum die eigenen Bedenken verstärken (T. Tylka et al., 2023). Personen, welche keine Körperbildbedenken aufweisen, suchen nicht gezielt danach und sind Inhalten, die das Aussehen betreffen, weniger ausgesetzt (T. Tylka et al., 2023). Nichtsdestotrotz ist es auch möglich, dass Personen auf körperdienliche Inhalte stoßen, wodurch die Möglichkeit besteht, dass die vermittelten Schönheitsideale in Frage gestellt werden, da eine Diskrepanz zwischen den Idealen und dem Streben nach Wertschätzung des eigenen Körpers entsteht (T. Tylka et al., 2023). Dabei kann dieses Spannungsverhältnis aufgelöst werden, indem die Ideale bewusst und aktiv abgelehnt und Körperpositivität unterstützt wird (T. Tylka et al., 2023). Vielversprechend ergibt sich demgemäß, dass ein negatives Körperbild nicht unveränderbar ist, sondern ein positives Körperbild entstehen kann, wobei dies als Prozess zu sehen ist (Alleva et al., 2023). Die sozialen Medien bieten durchaus die Möglichkeit dies zu unterstützen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Wichtig ist, dass körperpositive Inhalte einem körperpositiven Körperbild entsprechen, d.h. keine sexualisierten oder kommerziellen Inhalte enthalten, da ansonsten erneut negative Effekte bezüglich des Körperbilds zu verzeichnen

sind (T. Tylka et al., 2023). Außerdem haben nicht alle Aktivitäten in den sozialen Medien dieselben Auswirkungen auf das Körperbild, hauptsächlich solche, die sich mit dem Körper beschäftigen sind als problematisch zu deklarieren und gilt es in Interventionen zu tangieren (R. Cohen et al., 2017).

Nach der Erläuterung der abträglichen, sowie dienlichen Einflüsse der sozialen Medien auf das Körperbild sowie die theoretische Untermauerung dieser, folgen nun die mit dem Körperbild zusammenhängenden Determinanten.

2.2.1 Körperwertschätzung

Ein positives Körperbild ist mehr als die Abwesenheit eines negativen Körperbilds und wird in der Forschung oft durch die Körperwertschätzung operationalisiert (Avalos et al., 2005). Die Körperwertschätzung meint die Wertschätzung der Eigenschaften, der Funktionalität, aber auch der Gesundheit des eigenen Körpers (T. L. Tylka & Wood-Barcalow, 2015a). Darunter fällt auch die Dankbarkeit für den Körper trotz der „Unvollkommenheit“, ebenso körperschützende Verhaltensweisen, wie die Aufnahme von körperpositiven und die Ablehnung körpernegativer Informationen (Halliwell, 2013). Posavac et al. (1998) postulieren, dass Frauen zufrieden sind mit ihrem Körper, wenn sie entweder so aussehen, wie die auf Bildern präsentierten Ideale, was jedoch eher selten der Fall ist, oder das Körpergewicht keine ausschlaggebende Determinante für den eigenen Selbstwert ist, also der Fokus auf Eigenschaften liegt, die nichts mit physischer Attraktivität zu tun haben.

Demgegenüber meint Körperunzufriedenheit die Inkonsistenz zwischen dem eigenen realen Körper und dem idealisierten Körper (Jiotsa et al., 2021). Die Medienexposition hat generell das Potenzial Gewichtssorgen zu erhöhen, jedoch weniger bei Frauen, die kaum von Körperunzufriedenheit berichten, da diese generell zufrieden sind mit ihrem Körper und sich weniger von den Medien beeinflussen lassen (Posavac et al., 1998). Außerdem zeigte sich, dass Gewichtssorgen vermehrt dann auftraten, wenn die Frauen mit Bildern von Modells konfrontiert wurden, weniger bei solchen von attraktiven Frauen aus dem Alltag, da hierbei die Diskrepanz geringer war, wobei genau diese als problematisch erachtet wird (Posavac et al., 1998). Da diese Ergebnisse zeitlich deutlich vor dem Zeitalter der sozialen Medien liegen, sind diese in Bezug darauf nur eingeschränkt zu

interpretieren, weshalb folglich neuere Studien zur Untermauerung der Studienlage herangezogen werden. R. Cohen et al. (2019) fanden statistisch signifikante Gruppenunterschiede in der Körperwertschätzung bei körperpositiven, dünnen-idealisierten oder erscheinungsneutralen Posts, wobei der größte Anstieg der Körperwertschätzung in der Bedingung der körperpositiven Posts zu finden und diese bei dünnen-idealisierten Posts am geringsten war. Dies wird auch von Chukwuere und Chukwuere (2023) untermauert, die statuieren, dass die ständige Konfrontation mit idealisierten Bildmaterial negative Auswirkungen auf die Körperzufriedenheit hat. Auch Nene und Olayemi (2023) benennen die ständige Nutzung der sozialen Medien als Risikofaktor für Körperunzufriedenheit, wobei die Internalisierung der idealisierten Schönheitsideale entscheidend dazu beiträgt (Perloff, 2014). Insbesondere durch „fitspiration“ Inhalte kann Körperunzufriedenheit hervorgerufen werden, wobei hier von kleinen bis moderaten Effekten gesprochen werden kann, vor allem bei Frauen, die bereits unter Körperbildproblemen leiden (Tiggemann & Zaccardo, 2015). Auch Mink und Szymanski (2022) fanden eine positive Korrelation zwischen der TikTok Nutzung und der Körperunzufriedenheit. Es zeigte sich, dass je mehr die Frauen TikTok nutzen, desto mehr Aufwärtsvergleiche werden vorgenommen und desto mehr neigen diese dazu vermehrt ihren eigenen Körper zu überwachen, was schließlich in Körperunzufriedenheit resultiert (Mink & Szymanski, 2022). Laut Pryde und Prichard (2022) fanden sich konträr dazu jedoch keine signifikanten negativen Effekte von „fitspiration“ TikToks auf die Körperzufriedenheit, wobei diese den ausbleibenden Effekt auf die fehlende objektifizierende Darstellung zurückführten, da sich die Frauen in den Videos auf die Funktionalität des Körpers fokussiert haben. Pedalino und Camerini (2022) beschäftigten sich damit, ob die Instagram-Nutzung mit der Körperunzufriedenheit verknüpft ist und dieser Zusammenhang durch Aufwärtsvergleiche mit nahestehenden oder entfernten Peers bzw. Influencerinnen beeinflusst wird. Dabei ergab sich, dass die Nutzung mit geringerer Körperwertschätzung assoziiert war, die Aufwärtsvergleiche mit Influencerinnen als Mediator fungierten und Aufwärtsvergleiche mit nahestehenden oder entfernten Peers signifikant positiv mit geringerer Körperwertschätzung korrelierten (Pedalino & Camerini, 2022). Das Kommentieren oder Posten eigener Inhalte stand nicht in Verbindung mit Körperunzufriedenheit (Pedalino & Camerini, 2022). Eine besonders geringer Körperwertschätzung zeigte sich bei jugendlichen Frauen und Frauen mit einem höherem Body-Mass-Index (Pedalino & Camerini, 2022).

Neben negativen Auswirkungen wurden in einer Studie mögliche förderliche Einflüsse untersucht, hier ob sich körperpositive Überschriften alleinstehend unter Posts auf Instagram positiv auf das Körperbild von Frauen auswirken, wobei sowohl Bilder von dünnen, als auch durchschnittlichen Frauen verwendet wurden (Tiggemann et al., 2020). Dabei zeigten sich keine Auswirkungen auf die Körperzufriedenheit oder die Körperwertschätzung durch die Texte, aber es ergab sich ein Effekt bezüglich der Art des Bildes (Tiggemann et al., 2020). Es waren weniger Körperunzufriedenheit und vermehrte Körperwertschätzung bei den Bildern von durchschnittlichen Frauenkörpern zu verzeichnen, was daraufhin deutet, dass das Bild einen höheren Einfluss auf das Körperbild hat, als der beigefügte Text (Tiggemann et al., 2020). Somit kann die Präsentation von Körperdiversität durchaus effektiv sein, um die Körperzufriedenheit und -wertschätzung zu erhöhen (Tiggemann et al., 2020). Es reicht jedoch nicht aus körperpositive Texte unter den Bildern zu zeigen, sondern die Körperpositivität muss vielfältig dargestellt und in natürlichen Bildern umgesetzt, also eine realistischere Umgebung in den sozialen Medien geschaffen werden, um die Körperunzufriedenheit nachhaltig zu adressieren (Tiggemann et al., 2020). Wichtig zu beachten ist auch die gegenteilige Wirkung von körperpositiven Texten, da diese in Kombination mit dünnen, idealisierten Körpern zu negativer Reaktanz führen können, da dadurch die Haltung entstehen kann, dass es für Frauen mit einem „idealen“ Körper natürlich leicht ist, diesen auch zu akzeptieren und zu mögen (Rodgers et al., 2021; Tiggemann et al., 2020). Darüber hinaus scheint die Körperwertschätzung dazu genutzt werden zu können, um den Einfluss der Internalisierung zu mindern (S. McLean et al., 2016). Die Facette der Körperwertschätzung wird aufgrund dessen als geeignet betrachtet, um die Einflüsse der entwickelten Kurzzeitintervention festzuhalten.

Nachfolgend wird die Internalisierung als weitere zentrale Determinante beleuchtet.

2.2.2 Internalisierung des Medienideals

Internalisierung meint, dass die Erscheinungsstandards, welche in den sozialen Netzwerken propagiert werden, vornehmlich ein dünner, idealisierter Körper, nicht nur befürwortet, sondern auch angestrebt werden (Vuong et al., 2021). Somit wird das Ausmaß beschrieben, in dem sich ein Individuum den sozial vorgegebenen Idealen kognitiv verschreibt bzw. diese akzeptiert und den Wunsch danach, diese erreichen zu wollen, ausdrückt (Tiggemann et al., 2020; Wang et al., 2022). Es geht also darum, diese Ideale

anzustreben, was sich durchaus negativ auf das Körperbild auswirken kann, wohingegen das bloße Bewusstsein der Ideale nicht beeinträchtigend zu sein scheint (Paterna et al., 2021). Menschen akzeptieren die von der Gesellschaft vorgegebenen Schönheitsideale also uneingeschränkt und verhalten sich so, dass sie diese erreichen können (Walker et al., 2021). Personen, die diese Ideale verinnerlicht haben, diesen jedoch nicht gerecht werden können und bzw. oder sich ständig mit dem Aussehen anderer vergleichen, können Körperbildprobleme, wie Körperunzufriedenheit entwickeln (J. K. Thompson, Heinberg, et al., 1999). Die Internalisierung gilt somit als einer der Hauptmechanismen bei der Körperbildwahrnehmung (Jiotsa et al., 2021). Da Aktivitäten in den sozialen Medien, welche mit dem Körper oder Aussehen zusammenhängen, mit der Internalisierung und Bemühungen dieses Ideal zu erreichen, korrelieren, sind diese als besonders prekär zu betrachten (R. Cohen et al., 2017). Dabei geht es nicht generell darum, wie viel Zeit in sozialen Netzwerken, wie beispielsweise Facebook, verbracht wird, sondern vornehmlich um die Art der Aktivität, also um die Beschäftigung mit dem Körper und dessen Erscheinung (R. Cohen et al., 2017).

Dieses Konstrukt wird unter anderem als Moderator zwischen der Nutzung der sozialen Medien und der resultierenden Körperunzufriedenheit diskutiert (Vuong et al., 2021), wobei hierüber keine Einigkeit herrscht. Pryde und Prichard (2022) fanden keinen Nachweis dafür, dass die Internalisierung als Moderator zwischen den gezeigten TikToks und der Körperzufriedenheit sowie der Stimmung fungierte. Tiggemann et al. (2020) konnten hingegen zeigen, dass Frauen mit hoher Internalisierung mehr Körperwertschätzung aufwiesen, wenn sie Posts auf Instagram von durchschnittlichen Frauen mit körperpositiven Überschriften gesehen haben, im Vergleich zu den Posts von dünnen Frauen mit demselben Wortlaut. Somit ergibt sich in dieser Studie durchaus eine moderierende Wirkung der Internalisierung (Tiggemann et al., 2020). Es wird jedoch auch davon ausgegangen, dass eine starke Internalisierung den Effekt der körperpositiven Inhalte abschwächen kann, da Frauen mit hoher Internalisierung diesen resistieren und somit die Assoziation zwischen der Betrachtung dieser Inhalte, der Körperwertschätzung und -zufriedenheit abgeschwächt wird (Tiggemann et al., 2020).

Andere Studien deuten darauf hin, dass die Internalisierung als Mediator in der Beziehung zwischen Medienexposition und Körperunzufriedenheit (J. K. Thompson, Heinberg, et al., 1999) oder als Prädiktor für die Körperunzufriedenheit fungiert (Rodgers et al., 2015).

Auch T. Tylka et al. (2023) deklarieren die Internalisierung als Mediator, wobei auch hier die Einschränkung genannt wird, dass bisher noch zu wenig Studien dazu vorliegen, um gesicherte Aussagen treffen zu können, da es schwierig ist diese internen psychologischen Prozesse experimentell festzuhalten. Jung et al. (2022) konnten jedoch aufzeigen, dass die Internalisierung als Mediator zwischen der Intensität der Nutzung, also der Frequenz und des Ausmaßes, indem das Nutzen der sozialen Medien als Hauptbeschäftigung im Alltag dient und den Körperbildoutcomes fungiert. Somit ergibt sich deutlich, dass die Nutzung der sozialen Medien mit der Internalisierung korreliert und erscheinungsbezogene Inhalte positiv mit der Körperunzufriedenheit zusammenhängen (Vuong et al., 2021). Außerdem besteht eine positive Korrelation zwischen Internalisierung und Körperunzufriedenheit, welche in einer Studie zugleich die einzige signifikante Variable dafür war (Vuong et al., 2021). Diese bestehende Korrelation zeigte sich auch in einer weiteren Studie (Shahyad et al., 2015).

Zum Teil wird auch eine kausale Beziehung zwischen der Internalisierung und Problemen mit dem Körperbild postuliert (Shahyad et al., 2015). Sowohl das Tripartitute Influence Model, als auch die Objectification Theory gehen davon aus, dass die Internalisierung einen direkten Einfluss auf das Konstrukt des Körperbilds ausübt (Fredrickson & Roberts, 1997; J. K. Thompson, Heinberg, et al., 1999). Die Internalisierung des dünnen Körperideals führt zu hohen Standards, welche kaum oder gar nicht zu erreichen sind, wodurch sich eine Diskrepanz zwischen der eigenen Figur und dem Ideal ergibt, was zu Körperunzufriedenheit und auch zu psychischen Störungen führen kann (Shahyad et al., 2015). Durch die ständige Konfrontation mit den sozialen Medien wird die Internalisierung verstärkt, wobei dies bei beiden Geschlechtern und in jedem Alter, insbesondere jedoch bei Adoleszenten zutrifft (Huang et al., 2020). Die Assoziation zwischen Internalisierung und Körperunzufriedenheit ist allerdings tiefgreifender bei jungen, als bei älteren Menschen (Paterna et al., 2021). Laut einer Metaanalyse wird hier von einer Korrelation von $r = .45$ zwischen den beiden Konstrukten gesprochen (Paterna et al., 2021). Außerdem wirkt sich die Internalisierung auch negativ auf das nachfolgend erläuterte Konstrukt der Selbstachtung aus (Perloff, 2014). Klar abzugrenzen ist die Internalisierung von körperbezogenen sozialen Vergleichen, da diese in soziokulturellen Modellen der Körperunzufriedenheit als distinkte Konstrukte thematisiert werden (Rodgers et al., 2015, 2020). Auf diese wird

weiter unten näher eingegangen, zuvor erfolgt jedoch die Darstellung der Selbstobjektifizierung.

2.2.3 Selbstobjektifizierung

Objektifizierung meint, dass Eigenschaften, die für die Attraktivität wichtig erscheinen (z.B. physische Attraktivität, Gewicht, Muskeln) als bedeutender bewertet werden, als Eigenschaften wie zum Beispiel Gesundheit, physische Fitness oder Energie (Vandenbosch & Eggermont, 2015). Selbstobjektifizierung im engeren Sinne fokussiert darauf, dass erscheinungsbezogenen Merkmalen des Körpers ein hoher Wert beigemessen wird (Vandenbosch & Eggermont, 2015). Der Körper wird also als Objekt betrachtet (Fredrickson & Roberts, 1997). Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Körper der Frau in patriarchischen Gesellschaften ständig, in interpersonellen als auch in kulturellen Kontexten, sexualisiert wird (Fredrickson & Roberts, 1997). Frauen erlernen also bereits im jungen Alter, dass ihr Körper betrachtet und bewertet wird und dieser die zugrundeliegenden Standards erfüllen muss, um akzeptiert und gemocht zu werden und um erfolgreich sein zu können (Fredrickson & Roberts, 1997). Dadurch, dass dies internalisiert wird, objektifizieren sich Frauen selbst und es entsteht Körperunzufriedenheit, sollten die Frauen den sozialen Idealen nicht genügen (Fredrickson & Roberts, 1997).

Wichtig zu erwähnen ist, dass Körperunzufriedenheit und Selbstobjektifizierung als distinkte Konstrukte zu betrachten sind (Fardouly et al., 2015b). Körperunzufriedenheit beschreibt das Ausmaß, wie unzufrieden eine Person mit der äußeren Erscheinung ist und beinhaltet eine bewertende Komponente, wohingegen unter Selbstobjektifizierung das Ausmaß, inwiefern Personen äußere Erscheinungsmerkmale priorisieren, verstanden wird, jedoch ohne Bewertung (Calogero, 2011). Des Weiteren zeigt sich Selbstobjektifizierung unabhängig davon, ob eine Frau zufrieden oder unzufrieden mit ihrem Körper ist (Calogero, 2011). Jeglicher induzierter Fokus auf das Aussehen mittels Posts von Körpern, unabhängig davon ob der Inhalt körperpositiv oder idealisiert ist, scheint mit höherer Selbstobjektifizierung einherzugehen (R. Cohen et al., 2019). Personen, welche Schönheitsideale internalisiert haben, scheinen anfälliger dafür zu sein, sich selbst zu objektifizieren, wenn sie die sozialen Medien nutzen, um ihr eigenes Aussehen zu überprüfen oder zu bestätigen (Vandenbosch & Eggermont, 2015). Das ist darauf zurückzuführen, dass sie sich mehr auf das körperliche Erscheinungsbild, der in den sozialen Medien

vertretenen Personen, fokussieren (Vandenbosch & Eggermont, 2015). Es besteht eine Beziehung zwischen körperpositiven Posts in den sozialen Medien und besserer Stimmung, Körperzufriedenheit und -wertschätzung im Vergleich zu dünnen idealisierten oder erscheinungsneutralen Posts, wobei trotzdem eine erhöhte Selbstobjektifizierung zu finden war (Pellizzer & Wade, 2023). Die Darstellung von Frauen und ihren Körpern ist oft sexuell objektifiziert und eine vermehrte Exposition damit ist mit einer erhöhten Selbstobjektifizierung unter jungen Frauen verknüpft, wobei vermutlich die vorgenommenen Vergleiche mit den Medieninhalten ursächlich zugrunde liegen (Fardouly et al., 2015b). Sowohl die Exposition mit den sozialen, als auch mit traditionellen Medien (z.B. Zeitungen) korreliert positiv mit der Selbstobjektifizierung, wobei Vergleiche bezüglich des Aussehens, insbesondere mit Peers, diesen Zusammenhang mediieren (Fardouly et al., 2015b). Die negativen Auswirkungen der Selbstobjektifizierung werden genau auf diese Vergleiche zurückgeführt, da die Gegenüberstellung des eigenen Aussehens mit Erscheinungen eines unerreichbaren, kulturell vermittelten dünnen Ideals kaum förderlich sein kann (Fredrickson & Roberts, 1997).

Strelan und Hargreaves (2005) sprechen von der *Theorie des Kreislaufs der Selbstobjektifizierung*. Frauen, bei denen das Aussehen sehr im Fokus steht (z.B. bei einer hohen Selbstobjektifizierung), neigen dazu sich vermehrt zu vergleichen, wobei dabei der eigene Körper und der Körper des Vergleichsobjekts auf ein Objekt reduziert wird, was wiederrum zu vermehrter Selbstobjektifizierung führt (Strelan & Hargreaves, 2005). Elementar ist außerdem, dass nicht jeder Vergleich dieselben Auswirkungen auf die Selbstobjektifizierung hat, da das Vergleichsobjekt dabei eine entscheidende Rolle spielt (Fardouly et al., 2015b). Vergleiche mit Peers scheinen stärker mit Selbstobjektifizierung assoziiert zu sein, was darauf zurückgeführt wird, dass deren Aussehen salienter und besser zu erinnern ist, als das von Familienmitgliedern oder berühmten Personen, da deren Aussehen persönlich erreichbar und bedeutender erscheint (Fardouly et al., 2015b). Es wird davon ausgegangen, dass bei Vergleichen sowohl das eigene Aussehen als auch das des Vergleichsobjekts im Fokus steht, wodurch die physischen Erscheinungsmerkmale augenfällig werden, weshalb der physischen Erscheinung anschließend eine höhere Bedeutung zukommt als anderen Merkmalen, wie der Persönlichkeit (Fardouly et al., 2015b). Die genaue Wirkweise der Selbstobjektifizierung und den damit zusammenhängenden Faktoren sind jedoch, ebenso wie die anderen, mit dem Körperbild in Verbindung stehenden

Komponenten, noch nicht abschließend eruiert. Es ist möglicherweise auch davon auszugehen, dass eine bidirektionale Verbindung zwischen der Nutzung der sozialen Medien und der Selbstobjektifizierung besteht (Fardouly et al., 2015b). Die sozialen Medien motivieren zur Präsentation des eigenen Körpers, was eine höhere Selbstobjektifizierung nach sich zieht, da besonders Frauen, welche generell vermehrt dazu neigen, motiviert werden sich selbst zu präsentieren und somit als Objekt darzustellen (Fardouly et al., 2015b), was konsistent mit der Theorie von Strelan und Hargreaves (2005) ist. Generell geht die Mediennutzung jedoch nicht mit höherer Selbstobjektifizierung einher, ausschlaggebend ist unter anderem die Art der Medien, beispielsweise wie sehr das Aussehen auf diesen Plattformen im Fokus steht (Fardouly et al., 2015b).

Nachfolgend werden die sozialen Vergleiche als weitere zentrale Komponente und deren Bedeutung in diesem Zusammenspiel näher betrachtet.

2.2.4 Körperbezogene soziale Vergleiche

Soziale Vergleiche können als einer der Hauptmechanismen bei der Körperbildwahrnehmung genannt werden (Jiotsa et al., 2021). Menschen unterscheiden sich darin, wie sehr sie sich mit anderen vergleichen, wobei die sozialen Netzwerke eine gute Informationsquelle dafür bieten (Vogel et al., 2015), da sich Menschen evaluieren, indem sie sich direkt mit anderen basierend auf dem Aussehen vergleichen (Walker et al., 2021), wobei auch soziokulturelle Einflüsse eine tragende Rolle spielen (Wang et al., 2022). Es ist jedoch von großer Bedeutung, dass sich Interaktionen online von denen offline unterscheiden (Vogel et al., 2015). Nur positive Aspekte von sich selbst und dem eigenen Leben darzustellen, ist online sehr simpel (Gonzales & Hancock, 2010). Da nur solche vorteilhaften Aspekte dargestellt werden, unterliegen die dargestellten Informationen einem Bias, weshalb sich soziale Vergleiche, die online gemacht werden von denen offline differenzieren, da hauptsächlich Personen zu Verfügung stehen, welche besser situiert sind und somit vornehmlich Aufwärtsvergleiche vorgenommen werden können (Feinstein et al., 2013; Haferkamp & Krämer, 2010; Lee, 2014; Vogel et al., 2014). Diese haben jedoch größtenteils negative Auswirkungen, wie beispielsweise auf die Selbstachtung oder die Körperzufriedenheit (Lee, 2014; Vogel et al., 2014; Wang et al., 2022).

Die *Theorie sozialer Vergleichsprozesse* geht davon aus, dass Menschen ein natürliches Verlangen haben sich selbst zu evaluieren, indem sie sich mit anderen Menschen vergleichen, insbesondere, wenn objektive Standards fehlen, wobei unterschiedliche Aspekte des Lebens im Fokus stehen können (Festinger, 1954). Diese Theorie wurde von Heinberg und Thompson (1992) in die Forschung rund um das Körperbild eingeführt. Körper sind oft Gegenstände sozialer Vergleiche, wobei Eigenschaften, die sich auf das Aussehen beziehen oft hoch bewertet und durch die Medien, die Gesellschaft oder andere relevante Personen idealisiert werden (Heinberg & Thompson, 1992; J. K. Thompson, Heinberg, et al., 1999). Die Theorie sozialer Vergleichsprozesse erscheint recht simpel, da sie davon ausgeht, dass insbesondere Aufwärtsvergleiche die Körperunzufriedenheit vorhersagen sollen (T. Tylka et al., 2023). Laut T. Tylka et al. (2023) können soziale Vergleiche in Aufwärtsvergleiche (Vergleiche mit Personen, die subjektiv besser gestellt sind), Abwärtsvergleiche (Vergleiche mit Personen, die subjektiv schlechter gestellt sind) und laterale Vergleiche (Vergleiche mit Personen, die subjektiv gleich gestellt sind) unterschieden werden. Es ist noch nicht klar, ob körperpositive Inhalte in weniger Vergleichen bezüglich des Aussehens resultieren und welche Komponenten dafür verantwortlichen sind, dass es zu weniger Vergleichen kommen könnte (T. Tylka et al., 2023).

Dahingegen zeigt sich sehr deutlich, welche negativen Konsequenzen durch soziale Vergleiche entstehen können. Erscheinungsbezogene, soziale Vergleiche korrelieren positiv mit der Unzufriedenheit mit dem Körper (Shahyad et al., 2015). Die sozialen Vergleiche sind dann von Relevanz, wenn sich Menschen mit ähnlichen Personen, also Peers vergleichen, da dadurch Druck und eine negative Körperwahrnehmung resultieren können, wohingegen berühmte Individuen meist als irrelevant eingestuft werden (Mussweiler et al., 2004). Hierüber besteht nach Sichtung der Studienlage jedoch keinesfalls Einigkeit. Durch die sozialen Vergleiche bezüglich des Aussehens kommt es zu einem erhöhten Risiko für geringere Selbstachtung und vermehrter Körperunzufriedenheit (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Frauen, die generell vermehrt zu sozialen Vergleichen bezüglich ihres eigenen Aussehens neigen, berichteten nach der Konfrontation mit Facebook häufiger von dem Wunsch nach Veränderungen (Fardouly et al., 2015a). Soziale Vergleiche sind insbesondere dann problematisch, wenn individuelle Risikofaktoren, wie eine hohe Internalisierung, vorhanden sind (Perloff, 2014). Das bedeutet, dass bei hoher Internalisierung oder einer hohen Bedeutung des Aussehens für die Selbstachtung soziale Vergleiche

schädlicher sind, also vermehrt Körperunzufriedenheit und negativen Affekt hervorrufen (Perloff, 2014). Jiotsa et al. (2021) konnten zeigen, dass die Frequenz mit der sich mit der physischen Erscheinung von Personen, denen Nutzende in den sozialen Medien folgen, verglichen wird, signifikant mit der Körperunzufriedenheit und dem Streben nach Dünn sein zusammenhängt (Jiotsa et al., 2021). Bisher ist die Wirkrichtung aufgrund des korrelativen Studiendesigns jedoch noch unklar, da auch eine hohe Körperunzufriedenheit und das Streben nach Dünn sein zu mehr Vergleichen führen könnten. Eine weitere Studie zeigte, dass die Konfrontation mit TikToks, welche inhaltlich die Schönheit des Gesichts von Frauen thematisierten, dazu führte, dass die Frauen von mehr Aufwärtsvergleichen und Gedanken bezüglich des Aussehens berichteten (Seekis & Kennedy, 2023).

Auch bei dieser Determinante ist unklar, ob sie als Moderator oder Mediator fungiert. S. McLean et al. (2016) verstehen die Tendenz sich mit dem Aussehen anderer zu vergleichen als Moderator zwischen Körperbildoutcomes und Medienexposition. Soziale Vergleiche sagen schlechtere Outcomes in der Körperzufriedenheit vorher, da Aufwärtsvergleiche vorgenommen werden, wodurch das eigene Aussehen als inadäquat bewertet wird (S. McLean et al., 2016). In einer Studie von Pryde und Prichard (2022) zeigte sich, dass nach dem Betrachten von „fitspiration“ TikToks im Vergleich zu TikToks über Kunst, vermehrt soziale Vergleiche bezüglich des Aussehens vorgenommen wurden. Außerdem wurde die Beziehung zwischen den gezeigten Videos und der Körperunzufriedenheit durch die sozialen Vergleiche bezüglich des Aussehens mediiert, wobei Aufwärtsvergleiche vorgenommen wurden, die sich im Schluss negativ auf das Körperbild sowie die Stimmung ausgewirkt haben (Pryde & Prichard, 2022). Darüber hinaus wird davon ausgegangen, dass die zugrundeliegende Motivation für die Vergleiche ausschlaggebend ist, da z.B. die Motivation der Selbstverbesserung im Hinblick auf die eigene Fitness auch zu einer geringeren Körperunzufriedenheit und mehr Bewegungsverhalten führen kann und somit positive Outcomes zu verzeichnen sind (Pryde & Prichard, 2022). Einen mediierenden Effekt der sozialen Vergleiche zwischen der Exposition mit „fitspiration“ Bildern und negativer Stimmung sowie Körperunzufriedenheit konnten auch Tiggemann und Zaccardo (2015) nachweisen. Zudem konnten Jung et al. (2022) feststellen, dass die Beziehung zwischen der Intensität der Nutzung der sozialen Medien und Körperbildoutcomes von sozialen Vergleichen mediiert wird, wobei sich zeigte, dass die vermehrte Nutzung mit mehr Vergleichen bzw. mit höherer Internalisierung und somit mit mehr

Vergleichen verbunden war, was wiederrum in negativeren Körperbildoutcomes resultierte. Jung et al. (2022) verweisen darauf, dass sowohl das Tripartitute Influence Model, als auch die Theorie sozialer Vergleiche ähnliche Annahmen zugrunde legen und die Autorinnen und Autoren vermuten, dass soziale Vergleiche als Vorstufe der Internalisierung zu betrachten sind und bisher ungeklärte bidirektionale Verbindungen zwischen den Faktoren bestehen. Direkte Verbindungen zwischen der Intensität der Nutzung der sozialen Medien und Körperbildoutcomes sind nämlich eher schwach und der Einbezug der Mediatoren (Internalisierung und soziale Vergleiche) führt zu einem verbesserten Verständnis dieser Verbindung (Jung et al., 2022).

Nach der Darstellung des Körperbilds und den damit zusammenhängenden Determinanten erfolgt nun die Auseinandersetzung mit dem Konstrukt der Selbstachtung.

2.3 Selbstachtung der Frau und soziale Medien

„Before all of the pre-conceived messages come to you, all the preconditioned messages. So, in your core, you're a perfect creation, you know" (Alleva et al., 2023, p.166). Ein weiteres Zitat einer jungen Frau betont, dass eine Person sich erst einmal von Grund auf selbst wertschätzt, sich selbst als „genug" betrachtet und sich achtet. Ebenso wie das Körperbild kann jedoch auch die Selbstachtung von außen erschüttert werden.

Neben dem Konstrukt des Körperbilds soll nun das der Selbstachtung dargestellt werden, da auch dieses dem Einfluss der sozialen Medien unterliegt, eng mit dem Körperbild verknüpft ist und beide Auswirkungen auf die physische und psychische Gesundheit haben (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die Selbstachtung korreliert moderat negativ mit der Körperunzufriedenheit, auch über das Alter hinweg, wobei Menschen mit geringerer Selbstachtung vermehrt von Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper berichten (Mellor et al., 2010). Da das Körperbild ein großer Bestandteil des Selbstkonzepts ist, verwundert es nicht, dass die Selbstachtung und die Körperunzufriedenheit eng verknüpft sind und die Unzufriedenheit die Selbstachtung im Laufe der Zeit negativ beeinflusst, was sich darin zeigt, dass geringere Selbstachtung mit Unzufriedenheit bezüglich Körperform und -größe einhergeht (Mellor et al., 2010). Die Selbstachtung kann folgendermaßen definiert werden:

Self-esteem is defined as a person's perception of their own personal worth, self confidence and how much they value themselves and this observation can be placed into two

categories. The first type is people with high self-esteem, including people who respect themselves and consider themselves noble. The second category is people with low self-esteem who need to determine who they are and what they can do (Nene & Olayemi, 2023, p.74).

Die Selbstachtung bezieht sich somit auf die Bewertung des eigenen Werts als menschliches Wesen und spielt eine bedeutende Rolle dabei, wie Menschen ihren eigenen Körper betrachten und anschließend bewerten (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Damit ist der subjektive Wert gemeint, den sich eine Person selbst zuschreibt, wobei dieser von der Umwelt, unter anderem den sozialen Medien, beeinflusst werden kann (Cingel et al., 2022). Menschen, die eine höhere Selbstachtung aufweisen, nehmen seltener soziale Vergleiche bezüglich des Aussehens vor, denken kritischer über die vermittelten Schönheitsideale nach und messen dem Aussehen im Allgemeinen weniger Bedeutung zu (Aubrey, 2006). Die Selbstachtung ist somit eine Ressource, um Herausforderungen zu meistern und sollte deshalb gestärkt und aufrechterhalten werden (Krause et al., 2019). Diese kann somit als zentraler Schutzfaktor gelten, da dadurch schwierige Lebenssituationen bewältigt werden, Resilienz gefördert und der Glaube an die eigenen Fähigkeiten gestärkt wird (Shahyad et al., 2015). Außerdem wird eine eher optimistische Einstellung eingenommen und das Verfolgen irrationaler, sozialer Standards bleibt aus (Shahyad et al., 2015). Zudem ist die Selbstachtung ein signifikanter psychologischer Prädiktor für Gesundheit und Lebensqualität (Pop, 2016).

Die Selbstachtung wird durch drei verschiedene Prozesse beeinflusst, erstens durch soziale Vergleichsprozesse, zweitens durch die Verarbeitung von sozialem Feedback und drittens durch selbstreflexive Prozesse, zusammenfassend also durch selbstbeurteilende Informationen aus dem Umfeld oder durch Selbstbeobachtung (Krause et al., 2019). Werden die sozialen Medien als Quelle für selbstbeurteilende Informationen und somit für soziale Vergleiche genutzt, führt dies meist zu einer Verringerung in der Selbstachtung (Krause et al., 2019). Es ist sehr simpel in den sozialen Medien selbstbewertende Informationen zu erhalten, da eine enorme Menge an Inhalten, sowie ein großer Personenkreis bereitgestellt wird (Krause et al., 2019). Individuelle Differenzen, wie Optimismus oder Narzissmus haben Auswirkungen darauf, wie die sozialen Medien die Selbstachtung beeinflussen, es wird jedoch deutlich, dass die Nutzung der sozialen Medien, um sich selbst zu vergleichen, mit negativen Auswirkung im Hinblick auf die Selbstachtung verknüpft

ist (Krause et al., 2019). Die Art der Nutzung hat also Auswirkungen, da durch die sozialen Medien auch der Erhalt von positivem Feedback oder Selbstreflexionsprozesse ermöglicht werden, welche durchaus mit erhöhter Selbstachtung assoziiert sind (Krause et al., 2019). Das ständige Nutzen der sozialen Medien kann jedoch auch einen negativen Einfluss auf die Selbstachtung haben (Nene & Olayemi, 2023). Durch die hohe Anzahl von idealisierten Repräsentationen von Schönheit werden unrealistische Erwartungen erzeugt, die Druck ausüben diese Normen erreichen zu müssen, wodurch das Potential entsteht negative Emotionen bezüglich der eigenen Erscheinung hervorzurufen, was wiederrum in geringerer Selbstachtung resultieren kann (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die anhaltende Konfrontation mit idealisierten und unrealistischen Bildern auf Facebook oder Instagram hat substantielle negative Auswirkungen auf die Meinung im Hinblick auf den eigenen Körper, sowie die Selbstachtung (Fardouly et al., 2015a). Dabei wird die Selbstachtung durch das Bestreben nach sozialer Validierung und Akzeptanz beeinflusst (Chukwuere & Chukwuere, 2023).

Die sozialen Medien können einen beträchtlichen Einfluss auf die Selbstachtung haben, wobei die Korrelation zwischen Nutzung der sozialen Medien und Selbstachtung nicht eindeutig ist (Chukwuere & Chukwuere, 2023), da sowohl nicht signifikante (Appel et al., 2020; Liu & Baumeister, 2016), positive (Gonzales & Hancock, 2010) und negative Zusammenhänge (Liu & Baumeister, 2016; Tiggemann & Zaccardo, 2015) in der Forschungsliteratur auffindbar sind. Pop (2016) und Shahyad et al. (2015) fanden eine negative Korrelation zwischen der Selbstachtung und der Körperbildunzufriedenheit. Bei Jugendlichen besteht ein negativer Zusammenhang zwischen der Anzahl der genutzten Plattformen in den sozialen Medien und der Selbstachtung, vor allem dann, wenn hauptsächlich Bilder und Videos betrachtet wurden (Farooq et al., 2023). Die problematische Nutzung der sozialen Medien kann zu einem schlechterem Körperbild, geringerer Selbstachtung und mehr Essstörungssymptomen führen (Santarossa & Woodruff, 2017). Sowohl quer- als auch längsschnittliche Untersuchungen wiesen auf negative oder keine eindeutigen Beziehungen zwischen den sozialen Medien und der Selbstachtung hin und gehen wenn dann von kleinen Effekten aus, wobei eine genauere Untersuchung nötig ist, um herauszufiltern, welche Art von Inhalten die Selbstachtung auf welche Weise beeinflusst (Cingel et al., 2022). Es gilt hierbei Variablen, wie Alter, Geschlecht oder Kultur und außerdem individuelle Charakteristika, wie die Art der Nutzung zu berücksichtigen,

um herauszufinden, welche Prozesse den Einfluss der sozialen Medien auf die Selbstachtung determinieren (Cingel et al., 2022). Auch wenn es Hinweise gibt, dass die Effekte für Frauen stärker zu sein scheinen, ist dies mit Vorsicht zu interpretieren, da bisher eine ausreichende Eruierung ausblieb (Cingel et al., 2022). Tiggemann und Zaccardo (2015) konnten zeigen, dass die Exposition mit „fitspiration" Bildern in einer geringeren körperbezogenen Selbstachtung resultierte. Sowohl soziale Vergleiche, als auch Internalisierung spielen bei der Wirkung der sozialen Medien auf die Selbstachtung eine Rolle. Menschen, welche vermehrt dazu neigen sich zu vergleichen, zeigten eine geringere Selbstachtung auf (Vogel et al., 2015). Es fanden sich ambivalente Konsequenzen von sozialen Vergleichen auf die Selbstachtung, da die Konfrontation mit Bildern von Influencerinnen, die sich selbst und ihr Leben durchgehend positiv darstellten, nicht sofort zu geringerer Selbstachtung führte, sondern diese zum Teil auch kurzfristig erhöhte (Rüther et al., 2023). Hinsichtlich der eigenen physischen Erscheinung kann es jedoch durchaus zu Aufwärtsvergleichen kommen, die wiederum negative Auswirkungen auf die Selbstachtung haben können (Rüther et al., 2023). Ständige soziale Vergleiche bezüglich des Aussehens können mit erhöhtem Risiko für geringere Selbstachtung einhergehen, wobei das Ausmaß dieser Vergleiche eine Rolle spielt (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die exzessive Konfrontation mit idealisierten und bearbeiteten Bildern in den sozialen Medien hat negative Auswirkungen auf die Selbstachtung bei jungen Erwachsenen, da konstante soziale Vergleiche mit unrealistischen Standards zu Gefühlen der Unzulänglichkeit und Selbstkritik sowie zu geringerer Selbstachtung führen können (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Auch Fardouly et al. (2015a) konnten zeigen, dass exzessive soziale Vergleiche in einer geringeren Selbstachtung resultieren können. Besonders wenn Frauen eine hohe Internalisierung aufweisen, beziehungsweise die Erscheinung ein zentraler Aspekt der Selbstachtung ist, hat diese einen Einfluss auf die Körperbildwahrnehmung, wobei die genaue Wirkungsweise noch unklar ist (Perloff, 2014). Die Internalisierung der Schönheitsideale und somit die negative Beurteilung des eigenen Aussehens kann in verringerter Selbstachtung resultieren (Perloff, 2014).

Da zuvor dargelegt wurde, welchen negativen Einflüssen das Körperbild und die Selbstachtung unterliegen, soll nun darauf eingegangen werden, wie diese Konstrukte im Rahmen der Kurzzeitintervention adressiert werden können.

2.4 Förderung des Körperbilds und der Selbstachtung der Frau

„I am more than my looks. I appreciate my body functionality; I am more than my body. I have many “gifts” to offer the world; I am more than my “Self;” and I am inherently worthy of love, respect, and joy” (Alleva et al., 2023, p.169). Diese Worte einer jungen Frau spenden Hoffnung, dass es möglich ist zu Lernen den eigenen Körper wertzuschätzen, da dieser mehr zu bieten hat, als „schön“ auszusehen. Genau dies ist das Ziel der entwickelten Kurzzeitintervention.

Nachfolgend werden die Komponenten der Intervention theoretisch fundiert begründet.

2.4.1 Die Kurzzeitintervention

In der zugrundeliegenden Intervention wird eine online Kurzzeitintervention für Frauen im jungen Erwachsenalter implementiert, wobei dies wie folgt begründet wird. Die Frage nach der nötigen Dauer einer Intervention ist schwierig zu beantworten, aber Ciao et al. (2014) konstatieren nach der Sichtung zahlreicher Präventionsprogramme, dass bereits nach wenigen Sitzungen konsistente Effekte zu berichten waren. Dabei sollten unbedingt Interventionen für ältere Personen über die Adoleszenz hinaus angeboten werden, da diese bisher weniger im Fokus standen (Ciao et al., 2014). Da auch R. Cohen et al. (2019) verdeutlichen, dass bereits eine kurze Konfrontation mit körperpositiven Inhalten einen sofortigen positiven Einfluss auf das Körperbild haben kann, unabhängig davon, wie die Ausprägung der Körperwertschätzung ist, wurde eine Kurzzeitintervention als sinnvoll erachtet. Das Online-Setting wurde gewählt, da Online-Angebote den Vorteil einer größeren Reichweite bieten (Koreshe et al., 2023) und beispielsweise Online-Präventionsprogramme bei Studierenden, welche mit der Komponente der kognitiven Dissonanz arbeiteten ebenso effektiv waren, wie die in Präsenz durchgeführten Interventionen (Stice et al., 2012). Somit ist auch zu erwarten, dass durch die Realisierung im Online-Setting tatsächlich Effekte erzielt werden können. Es wurde sich auf die Zielgruppe der Frauen beschränkt, da erfolgreiche Programme für ältere Personen selektiv oder indiziert sein müssen, also beispielsweise nur auf Frauen abzielen sollten (Ciao et al., 2014). Zudem wurde ein interaktives Gruppensetting mit drei Terminen realisiert, da dies, abgeleitet aus der Forschungsliteratur, als geeignet deklariert wurde (Barak et al., 2008; Ciao et al., 2014). Auch Alleva et al. (2015) konstatieren, dass Gruppeninterventionen und mehrere Sitzungen einen höheren Erfolg bezüglich des Körperbilds verzeichneten, als ein

Einzelsetting und einmalige Interventionen. Außerdem ergab sich, dass die Moderation der Intervention durch eine leitende Person förderlich für die Effektivität dieser war (Alleva et al., 2015), weshalb die Frauen von der Autorin dieser Masterarbeit bei den Treffen begleitet und angeleitet wurden.

2.4.2 Frauen im jungen Erwachsenenalter

Frauen im jungen Erwachsenenalter wurden als Zielgruppe definiert, da insbesondere in der weiblichen Population das Thema Körperunzufriedenheit ein großes Thema ist und mit zahlreichen negativen Konsequenzen zusammenhängt (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Außerdem ist die Altersgruppe der 18-29 Jährigen die Kohorte, welche die sozialen Medien am häufigsten nutzt (R. Cohen et al., 2017). Darüber hinaus ist es von Bedeutung Maßnahmen in dieser Entwicklungsphase zu implementieren, da der Zusammenhang zwischen der Selbstachtung und der Körperunzufriedenheit bei Frauen im Alter von 31 Jahren oder jünger am stärksten ausgeprägt ist (Mellor et al., 2010).

2.4.3 Körperpositive Videos – TikToks

Aufgrund der nachfolgenden Befunde wurden körperpositive TikToks als geeigneter Input betrachtet, um zuträgliche Veränderungen bezüglich des Körperbilds zu erzielen. Beim Vergleich von zwei Gruppen, welche entweder idealisierte oder körperpositive Inhalte präsentiert bekamen, zeigte sich bei ersteren eine Verringerung in Körperzufriedenheit und positivem Affekt und bei letzteren eine Erhöhung in diesen Variablen (R. Cohen et al., 2019). Empirische Evidenz ergibt sich dafür, dass körperpositive Inhalte positive Auswirkung auf das Körperbild haben (Graham et al., 2023). Dem Einfluss der idealisierten Bilder, welche in den sozialen Medien zahlreich zu finden sind, entgegenzuwirken, ist jedoch extrem schwierig (Graham et al., 2023). Es gelang beispielsweise nicht die Auswirkungen dieser durch körperpositive Inhalte auszugleichen, da auch wenn den Versuchspersonen sowohl idealisierte, als auch körperpositive Bilder präsentiert wurden, negative Auswirkungen auf die Körperzufriedenheit, -wertschätzung, den Selbstwert und Affekte zu finden waren (Graham et al., 2023). Hinzu kommt, dass auch körperpositive Inhalte zu einem Anstieg bezüglich sozialer Vergleiche und Selbstobjektifizierung führen können (R. Cohen et al., 2019). Nichtsdestotrotz kann bereits eine kurze Konfrontation mit körperpositiven Inhalten einen sofortigen positiven Einfluss auf das Körperbild

haben, unabhängig davon, wie die Ausprägung der Körperwertschätzung ist (R. Cohen et al., 2019). Körperpositive Nachrichten können helfen junge Erwachsene zu befähigen zuträgliche Einstellungen bezüglich ihrer physischen Erscheinung zu kultivieren (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Die Verbreitung von „bodypositivity“ und somit das Anbieten von förderlichen Rollenmodellen kann durchaus hilfreich sein (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Körperpositive Inhalte sollten körperpositive Botschaften in Verbindung mit diversen Erscheinungsbildern, welche von den Idealen abweichen oder ganz ohne menschliche Körper vermitteln (Rodgers et al., 2021; T. Tylka et al., 2023). Allgemein sind Inhalte, welche Körper darstellen als schädlicher für das Körperbild einzuordnen, wobei Bilder von Menschen, welche ein Erscheinungsbild darstellen, das konform ist mit der allgemeinen Bevölkerung, als weniger schädlich zu bewerten sind, als solche, welche Körper zeigen, die nur von einer kleinen Teilpopulation erreicht werden können (Rodgers et al., 2021). Dies wurde auch bei der Auswahl der Kurzvideos berücksichtigt. Die wahrgenommene Akzeptanz, die durch körperpositive Inhalte induziert werden soll, resultiert in einem positiverem Körperbild (z.B. Körperwertschätzung) und geringerer Körperunzufriedenheit (T. Tylka et al., 2023). Regelmäßiger Umgang mit körperpositiven sozialen Medien kann zu Körperakzeptanz führen, was in einer höheren Wertschätzung des Körpers und der Funktionalität des Körpers resultieren kann (T. Tylka et al., 2023). Auch bezüglich der Selbstachtung bieten die sozialen Medien durchaus die Möglichkeit diese positiv zu beeinflussen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Auch wenn die Forschungslage zu den Möglichkeiten körperpositiver Inhalte disparat ist, bietet diese gleichwohl Ansatzpunkte zur Förderung der zugrundeliegenden Konstrukte.

Neben den Kurzvideos wurden weitere theoretisch fundierte Maßnahmen ausgewählt, die weiterhin zu positiven Veränderungen in Bezug auf das Körperbild und die Selbstachtung führen sollen und im Anschluss erläutert werden.

2.4.4 Theoriebasierte Maßnahmen für das Körperbild

Laut einer Metaanalyse von Alleva et al. (2015) ergaben sich für alleinstehende Interventionen, die darauf abzielten das Körperbild zu verbessern kleine bis mittlere Verbesserungen, wobei eine kleine bis mittlere Reduktion der Internalisierung und eine Reduktion bezüglich der Tendenz zu sozialen Vergleichen zu verzeichnen waren, welche sich jedoch nach Korrektur für verschiedene Bias (z.B. Stichprobenbias, Publikationsbias) nicht

länger als reliabel erwiesen. Für das Körperbild zeigte sich, dass auch nach der Berichtigung ein kleiner aber reliabler Effekt zu verzeichnen war (Alleva et al., 2015). Es ist wichtig die oben aufgeführten Überzeugungen bezüglich des Aussehens zu modifizieren, da damit Körperunzufriedenheit und weitere negative Konsequenzen einhergehen (Mellor et al., 2010). Außerdem wirken Körperbildprobleme weniger schwerwiegend auf das Wohlbefinden und den Selbstwert sofern die Objektifizierung hinterfragt und aufgegeben wird (Mellor et al., 2010). Wichtig ist hierbei, dass Veränderungen in der Körperunzufriedenheit über die Lebensspanne der Frauen hinweg und der Einfluss dieser auf die mentale Gesundheit davon abhängen, inwiefern sich die Bedeutung des Körperbilds während des jungen Erwachsenenalters verändert (Fredrickson & Roberts, 1997). Interventionen zeigten sich als effektiv, sofern das Konzept des Körperbilds, die Gründe und Folgen eines negativen Körperbilds oder der Ausdruck dessen auf Verhaltensebene im Fokus standen (Alleva et al., 2015).

Protektive Faktoren, welche es in Interventionen zu integrieren gilt, um das Körperbild zu stärken und die Körperunzufriedenheit zu reduzieren, sind unter anderem die Förderung der Selbstachtung, kritisches Denken, Medienkompetenz und achtsamkeitsbasierte Anteile (Jain et al., 2023). Darüber hinaus kann auch durch Psychoedukation das Körperbild verbessert werden (Sundgot-Borgen et al., 2020). In Bezug auf Essstörungen sind erfolgsversprechende präventive Ansätze die der kognitiven Dissonanz und der Medienkompetenz (Ciao et al., 2014; Le et al., 2017). In einer qualitativen Untersuchung wurde von Frauen diverser Altersgruppen beschrieben, dass sie zu einem positiverem Körperbild gelangt sind, indem sich neue Perspektiven auf sich selbst und die Welt ergeben haben (Alleva et al., 2023). Sie stellten fest, dass die eigenen Gedanken über den Körper nicht der Realität entsprechen und diese zu hinterfragen sind, ebenso die sozialen Normen und dass die Frauen keine Schuld daran haben, welche Erfahrungen sie im eigenen Körper gemacht haben und damit auch nicht alleine sind (Alleva et al., 2023). Dies bietet Möglichkeiten, zum Teil auch unkonventioneller Art, um ein positives Körperbild zu fördern, wobei dies nicht altersgebunden ist und somit Programme für Frauen jeden Alters nötig sind (Alleva et al., 2023). Eine Veränderung in den sozialen Normen, wie sie sich beispielsweise durch die „bodypositivity“ Bewegung und die Diversität von Körpern in den sozialen Medien zeigt, kann durchaus einen positiven Einfluss auf das individuelle Körperbild haben (Alleva et al., 2023). Bisher ist nicht geklärt, ob dadurch wirklich ein

positives Körperbild gefördert werden kann oder Diversität nur die schädlichen Einflüsse auf das Körperbild abmildert (Rodgers et al., 2021). Außerdem gilt es zu beachten, dass die Entwicklung eines positiven Körperbilds ein langer Weg mit Höhen und Tiefen ist, da sowohl Veränderungen in der Wahrnehmung des Körpers und des Selbst vonstattengehen, als auch maladaptive Systeme und Denkmuster, welche über Jahre hinweg internalisiert wurden, aufgegeben werden müssen (Alleva et al., 2023). Stattdessen müssen neue Denkweisen etabliert werden, die eine positive und liebende Verbindung zum Körper und zu sich selbst stärken (Alleva et al., 2023). Folglich werden die vier ausgewählten Maßnahmen erläutert, die darauf abzielen dies zu unterstützen.

Psychoedukation

Psychoedukation gilt als effektive Technik, um das Körperbild zu verbessern (Alleva et al., 2015). Das Ziel dieses Ansatzes ist es über Probleme, die mit einem negativen Körperbild einhergehen sowie damit verbundene Auslöser und Konsequenzen und den Ausdruck dessen auf der Verhaltensebene, aufzuklären (Alleva et al., 2015; O'Dea & Yager, 2011). Psychoedukation kann dazu beitragen eine kritische Sicht gegenüber dem Schönheitsideal zu adaptieren (Alleva et al., 2015). Diese soll dazu führen, dass Menschen lernen eine kritische Perspektive einzunehmen und eigene Standards, die der Realität entsprechen, zu entwickeln, statt sozial Vorgegebene unvoreingenommen zu akzeptieren (Alcaraz-Ibáñez et al., 2020). Eine positivere Sicht auf den Körper kann durch die Edukation von Frauen bezüglich durchschnittlicher Körper und die Aufklärung über Bearbeitung und Optimierung von Medieninhalten erzielt werden (Posavac et al., 1998). Interventionen oder Präventionsprogramme sollten über die gesellschaftlichen Ideale und die potenziell schädlichen Folgen dieser aufklären, um die negativen Auswirkungen auf die Körperzufriedenheit zu mindern (Paterna et al., 2021). Die Idealisierung der Bilder sollte betont werden, außerdem gilt es aufzuklären, wie sich soziale Vergleiche auf die Stimmung und die Probleme mit dem eigenen Aussehen auswirken können (Fardouly et al., 2015a).

Medienkompetenz – Kritisches Denken

Medienkompetenztrainings klären über die idealisierte Darstellung der Schönheitsideale durch die Medien auf und lehren Strategien, um die die Folgen der Exposition abzumildern (Alleva et al., 2015). Das Ziel ist es die Individuen zu befähigen die Bilder, z.B. von

dünnen Frauen und die damit verbundenen Nachrichten, z.B. dünn sein ist schön, welche in den sozialen Medien dargestellt werden, kritisch zu evaluieren und zu hinterfragen (Grabe et al., 2008; Groesz et al., 2002; Irving & Berel, 2001). Medienkompetenzprogramme gelten dann als effektiv, wenn diese jungen Frauen helfen informierte und kritische Nutzerinnen der sozialen Medien zu werden, wodurch sich die nachteiligen Auswirkungen der sozialen Medien auf das Körperbild abschwächen (Jung et al., 2022). Die Medienkompetenz wird als präventiver Faktor deklariert, da insbesondere das kritische Denken die negativen Auswirkungen der Internalisierung und der sozialen Vergleiche auf die Körperzufriedenheit dämpft (S. McLean et al., 2016). Medienkompetenz und Körperwertschätzung haben einen mindernden Effekt auf die Auswirkungen der Medien, deshalb sollten im Rahmen von Interventionen Skills für kritisches Denken erarbeitet sowie die fehlende Realität in den Bildern betont werden (S. McLean et al., 2016). Kritisches Denken oder eine realistische Skepsis beeinflusst die Auswirkung des Medieninputs auf die Körperzufriedenheit (S. McLean et al., 2016). Interventionen, die die Medienkompetenz adressieren, zielen auch auf die Idealisierung ab, da Individuen durch eine kritische Analyse der Medieninhalte darauf vorbereitet werden sollen, ungesunde und stereotype Inhalte zu erkennen und auch zu hinterfragen (T. Wade et al., 2017). Der Ansatz der Medienkompetenz gilt als effektivster, universeller Präventionsansatz, um Risikofaktoren für Essstörungen zu minimieren, wobei positive Effekte für Frauen und Männer zu verzeichnen sind, beispielsweise weniger Sorgen im Hinblick auf Gewicht und Figur sowie eine geringere Internalisierung (Le et al., 2017).

Medienkompetenz gilt als zentrale Technik, um die negativen Konsequenzen der sozialen Medien abzumildern und wird insbesondere bei Körperbildinterventionen eingesetzt, um die präsentierten Inhalte kritisch beurteilen zu können (Chukwuere & Chukwuere, 2023; Sundgot-Borgen et al., 2020). McLean et al. (2017) konnten nach einem Medienkompetenztraining von einem verbessertem Körperbild, sowie erhöhter Medienkompetenz berichten. Diese stellt einen nützlichen Präventionsansatz dar, um Risikofaktoren für Essstörungen zu mindern, wobei der Fokus auf dem kritischen Denken liegt (McLean et al., 2017). Es geht darum zu verstehen, warum Menschen in den Medien etwas teilen, dass diese Inhalte oft explizit ausgewählt und modifiziert worden sind, um das „beste Selbst“ darzustellen (McLean et al., 2017). In dieser Studie konnte jedoch keine Veränderung bezüglich der Internalisierung aufgezeigt werden (McLean et al., 2017).

Medienkompetenzprogramme zielen meist auf die Internalisierung ab, da sie versuchen die Teilnehmenden zu ermächtigen eine kritische Sicht auf Medieninhalte einzunehmen, diese zu identifizieren, zu analysieren und zu hinterfragen sowie Alternativen zu den stereotypen und ungesunden Inhalten zu entwickeln (T. D. Wade et al., 2017). Es gibt zwei Herangehensweisen, entweder werden Menschen empowert die Medieninhalte kritisch zu evaluieren und somit die Medienkompetenz erhöht oder diese müssen gegen die etablierten Schönheitsideale argumentieren, die Nachteile dieser identifizieren und somit die Fähigkeit entwickeln, die Ideale zu hinterfragen, um dadurch das eigene Körperbild zu verbessern, also die Methode der kognitiven Dissonanz anwenden (T. D. Wade et al., 2017). Diese wird nachfolgend näher erläutert. Das Erarbeiten von Selbstachtung, Medienkompetenz und kognitiver Dissonanz ist oft Bestandteil von Präventionsprogrammen und zeigt auch Erfolge bei Studierenden, was sich in der Metaanalyse von Ciao et al. (2014) wiederfand. Dabei ist von Bedeutung spezifische Risikofaktoren, wie die Internalisierung oder Körperunzufriedenheit zu berücksichtigen (Ciao et al., 2014). Die Medienkompetenz oder der soziokulturelle Druck, der ausgeübt wird, kann durch das Explorieren der unrealistischen Schönheitsideale und das Diskutieren der soziokulturellen und individuellen Konsequenzen dieser adressiert werden (Ciao et al., 2014). Die Körperakzeptanz oder -zufriedenheit wird oft durch Medienexposition angesprochen (Ciao et al., 2014). Durch Medienkompetenz kann die Beziehung zwischen der Nutzung der sozialen Medien, welche vornehmlich auf das Aussehen fokussiert sind und der Internalisierung dieser Ideale abgeschwächt werden (T. Tylka et al., 2023), wobei sich nicht durchgehend Verbesserungen bezüglich des Körperbilds ergaben (Alleva et al., 2015). Trotzdem gilt die Medienkompetenz als protektiver Faktor in der Beziehung TikTok – Nutzung, Aufwärtsvergleiche, Körperüberwachung und Körperzufriedenheit (Mink & Szymanski, 2022). Frauen mit hoher Medienkompetenz evaluieren die idealisierten Bilder, wobei bemerkbar wird, dass diese eine verzerrte Wirklichkeit aufgrund der starken Bearbeitung und Perfektionierung darstellen, weshalb das Bild oder Video nicht als gesundes Vergleichsziel verwendet wird (Mink & Szymanski, 2022). Die Autorinnen und Autoren äußern jedoch auch Bedenken, da durch die Vermittlung von Kompetenzen im Umgang mit den sozialen Medien auch Erwartungen an das Aussehen und die Bewertung dessen stärker präsent werden und die Sensibilisierung für die verzerrte Realität der sozialen Medien

auch zu einem Gefühl der notwendigen Veränderung des eigenen Körpers führen können (Mink & Szymanski, 2022). Diese Überlegungen gilt es zu berücksichtigen.

Kognitive Dissonanz

Laut Dakanalis et al. (2019) zeigt sich eine solide empirische Unterstützung für Programme, welche auf der kognitiven Dissonanz basieren. Experimentell ergab sich, dass in der Bedingung, in welcher Dissonanz erzeugt wurde, der größte Rückgang in den Risikofaktoren für eine Essstörung zu verzeichnen war (Stice et al., 2006). Theoretisch ist dies damit zu begründen, dass Handlungen, die gegenläufig zur zugrundeliegenden Einstellung des Individuums sind, folglich zu einer geringeren Zustimmung, hier zum propagierten Ideal führen, da inkonsistente Kognitionen zu psychologischem Unbehagen führen, was wiederrum dazu motiviert, Konsistenz herzustellen, indem die Einstellungen angepasst werden (Festinger, 1957). Das freiwillige Kritisieren der Ideale, welche in den sozialen Medien dargestellt werden, resultiert somit in kognitiver Dissonanz, wodurch die Motivation entsteht die Zustimmung zu diesen Idealen zu vermindern, was sich in weniger Körperunzufriedenheit, Diätverhalten und negativem Affekt niederschlägt (Stice et al., 2006). Kognitive Dissonanz kann somit dazu führen, dass eine kritische Perspektive entwickelt wird (Stice et al., 2015). Diese kann hervorgerufen werden, indem für ein Thema plädiert wird, das den eigenen Einstellungen widerspricht, was wiederum dazu führt, dass die eigenen Einstellungen verändert werden (Stice et al., 2015). In der Studie von Stice et al. (2015) wurden die Teilnehmerinnen angehalten, das dünne Schönheitsideal verbal, schriftlich oder durch Verhaltensübungen (z.B. einen Brief über die Kosten, die mit dem Verfolgen des Schönheitsideals einhergehen, zu verfassen) zu kritisieren, was die Zustimmung zu diesem Ideal mindern sollte, damit Konsistenz zwischen dem Verhalten und der Einstellung aufrechterhalten wird. Es wird erwartet, dass durch das Erzeugen von Dissonanz das Verfolgen der unrealistischen und unerreichbaren Ideale aufgegeben wird, da Menschen bestrebt sind, dass ihre Einstellungen und ihr Verhalten kongruent sind (Dakanalis et al., 2019; Van Diest & Perez, 2012). Auch Ciao et al. (2014) erzeugten kognitive Dissonanz, indem aktive verbale, geschriebene oder Verhaltensübungen durchgeführt wurden, um die Überzeugungen bezüglich der kulturellen Schönheitsideale zu hinterfragen (Ciao et al., 2014). Die psychologische Dissonanz, die dadurch auftritt, soll dazu führen, dass Einstellungen und Verhalten in Bezug auf das Gewicht und die Schönheit verändert werden (Stice et al., 2006). Es sollte außerdem geübt werden kritische

Argumente gegenüber den Körperidealen zu formulieren (Vuong et al., 2021). Präventive Ansätze, welche die kognitive Dissonanz implementieren, zielen vor allem auf die Internalisierung des dünnen Schönheitsideals sowie Körperbildprobleme ab (Dakanalis et al., 2019; Le et al., 2017).

Achtsamkeit

Achtsamkeit ist definiert als „the awareness that emerges through paying attention on purpose, in the present moment, and non-judgementally to the unfolding of experience moment by moment" (Kabat-Zinn, 2003, p. 145). Laut einer Metaanalyse von Turgon et al. (2019) zeigte sich, dass durch Achtsamkeit Essstörungssymptome sowie Körperunzufriedenheit reduziert werden können. Dies wird dadurch erklärt, dass eine interozeptive Wahrnehmung erlernt, eine nicht wertende Haltung sowie Akzeptanz kultiviert wird und eine kognitive Entkräftung stattfindet, also die Fähigkeit erlangt wird, zu erkennen, dass die eigenen Gedanken keine absoluten Wahrheiten darstellen (Turgon et al., 2019). Somit verringern sich emotionales oder impulsives Essen, negative Affekte sowie die Körperunzufriedenheit und es stellt sich eine bessere Emotionsregulation und ein höheres Bewusstsein für innere Signale ein (Turgon et al., 2019). Durch achtsamkeitsbasierte Interventionen kann das Selbstmitgefühl als zentrale Determinante gestärkt werden, um ein zuträglicheres Körperbild aufzubauen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Es wird versucht den Augenblick nicht wertend wahrzunehmen, was durchaus regelmäßige Übung erfordert, darüber hinaus werden Gedanken, Gefühle und Körperempfindungen wahrgenommen und akzeptiert (Baer, 2006). Darunter fallen beispielsweise Atemübungen, Meditationen, progressive Muskelrelaxation, autogenes Training, Hypnose oder Thai Chi (Beccia et al., 2017). Durch die achtsamkeitsbasierten Interventionen ergibt sich eine effektive Reduktion von Körperbildproblemen, es zeigt sich eine erhöhte Körperwertschätzung bei Frauen und eine höhere Selbstachtung (Koreshe et al., 2023). Allerdings sind auch möglicherweise auftretende negative Folgen zu berücksichtigen, da Johnson et al. (2016) davon berichteten in ihrer Stichprobe einen Anstieg an Ängsten zu vermerken, was sie auf das höhere Bewusstsein für emotionale Vorgänge, welches durch die achtsamkeitsbasierten Übungen erlernt wurde, zurückführten. Ein Review zeigte jedoch auch, dass achtsamkeitsbasierte Programme durchaus zu signifikanten Reduktionen bei Körperbildproblemen beitragen und die Körperzufriedenheit verbessern können (Beccia et

al., 2017). Allgemein ist die Forschung zu achtsamkeitsbasierten Interventionen jedoch noch begrenzt (Koreshe et al., 2023).

Nachdem explizite Methoden zur positiven Beeinflussung des Körperbilds vorgestellt wurden, finden sich nachfolgend spezifische Maßnahmen für das Konstrukt der Selbstachtung.

2.4.5 Theoriebasierte Maßnahmen für die Selbstachtung

Wichtig anzumerken ist, dass hierbei kein spezifischer theoretischer Ansatz erfolgsversprechend ist, sondern die theoriebasierte Fundierung einer Intervention den Erfolg ausschlaggebend determiniert (Ciao et al., 2014). Grundlegend wurde festgestellt, dass geringe Selbstachtung ein negatives Körperbild vorhersagt, was im Umkehrschluss bedeutet, dass eine Verbesserung der eigenen Gefühle bezüglich sich selbst auch in einem besserem Körperbild resultieren wird (O'Dea, 2004). Allgemein kann die Selbstachtung gestärkt werden, indem individuelle Differenzen, z.B. Körperform, identifiziert und anerkannt sowie eigene positive Eigenschaften, wie Stärken, z.B. Humor, Intelligenz und Talente, z.B. mathematische Fähigkeiten, geschätzt werden (Alleva et al., 2015; Sundgot-Borgen et al., 2020). Es soll somit eine positive Einstellung und Evaluation sich selbst gegenüber angestrebt und Fertigkeiten entwickelt werden, die nötig sind für förderliches Coping und eine gesunde Entwicklung, z.B. interpersonelle Fähigkeiten (Alleva et al., 2015; Sundgot-Borgen et al., 2020). Eine positive Beeinflussung kann außerdem erreicht werden, indem negative Selbstdialoge bearbeitet und verändert werden oder die Bedeutung von Gesundheit betont wird (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Konträr dazu verweisen Alleva et al. (2015) in ihrer Metaanalyse darauf, dass sich ein geringer Teil von Übungen, welche die Selbstachtung und somit ein positiveres Körperbild fördern sollten, als kontraindiziert zeigten, wobei dieser Befund mit Vorsicht zu interpretieren ist, da die Ergebnisse ausschließlich aus einer einzigen Studie stammen. Dies verdeutlicht nochmals die hohe Wichtigkeit der theoretischen Fundierung, welche in der zugrundeliegenden Planung Berücksichtigung fand.

Medienkompetenz

S. McLean et al. (2017) konnten zeigen, dass sich die Selbstachtung nach einem Medienkompetenztraining verbesserte, da von den Mädchen weniger Druck empfunden wurde,

den Schönheitsidealen entsprechen zu müssen. Wichtig ist die digitalen Kompetenzen zu fördern und eine offene Kommunikation über die Selbstachtung und das Körperbild anzubieten, um einen gesunden Umgang mit den sozialen Medien zu ermöglichen (Farooq et al., 2023).

Achtsamkeit

Durch achtsamkeitsbasierte Interventionen kann das Selbstmitgefühl als zentrale Determinante gestärkt werden, um mehr Selbstachtung aufzubauen (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Dies kann durch die Förderung einer positiven Selbstwahrnehmung, Freundlichkeit und Empathie sich selbst gegenüber, das Anerkennen von eigenen Fehlern und Grenzen, sowie das Ausbleiben von Selbstverurteilung erreicht werden (Chukwuere & Chukwuere, 2023). Achtsamkeitsbasierte Interventionen können zu einer höheren Selbstachtung führen (Koreshe et al., 2023), wohingegen dies bei Programmen, welche kognitive Dissonanz hervorriefen nicht der Fall war (Beccia et al., 2017). Achtsamkeitsbasierte Interventionen sind somit als durchaus förderlich für die Selbstachtung zu bewerten (Chukwuere & Chukwuere, 2023).

3 Forschungslücke, Zielsetzung und Fragestellungen der vorliegenden Arbeit

Die Forschungslücke ist demzufolge darin zu sehen, dass bisher vornehmlich die Auswirkungen von Bildern, die das vorherrschende Schönheitsideal darstellen, untersucht wurden, jedoch weniger der Fokus auf Videos, insbesondere körperpositiver Art, lag (Gurtala &Fardouly, 2023). Die Untersuchung des Einflusses von Kurzvideos (sogenannten TikToks) auf Körperbildoutcomes wurde in Australien durchgeführt (Seekis & Lawrence, 2023). Nach Sichtung der bisherigen Literatur ist davon auszugehen, dass eine Replikation dieses Vorgehens in Deutschland noch ausblieb. Zudem erfolgte die Konfrontation mit dem Stimulusmaterial (Videos bzw. Fotos) meist einmalig (Gurtala & Fardouly, 2023; Seekis & Lawrence, 2023). Aufgrund der fehlenden mehrmaligen Messzeitpunkte, kann nicht auf Langzeiteffekte geschlossen werden. Hauptsächlich wurden die negativen Auswirkungen von idealisierten Bildern auf Körperbildoutcomes betrachtet (Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016; Rodgers & Melioli, 2016). Die Beschäftigung mit der „bodypositivity“ Bewegung und deren Auswirkungen auf das Körperbild von Frauen steht hingegen noch am Anfang (R. Cohen et al., 2021). Die Forschungslage bezüglich der Selbstachtung weist konträre Ergebnisse auf (Appel et al., 2020; Gonzales

& Hancock, 2010; Liu & Baumeister, 2016; Rüther et al., 2023; Tiggemann & Zaccardo, 2015) und benötigt somit weiterer Erschließung. Zudem blieben insbesondere experimentelle Studien, welche es ermöglichen Kausalität zwischen der Nutzung von sozialen Medien und dem mentalen Wohlergehen herzustellen, bisher aus (Appel et al., 2020). Somit bietet die tiefergehende Eruierung dieses Forschungsfelds die Möglichkeit, Empfehlungen zu geben, wie junge Frauen in den sozialen Medien agieren sollen und kann dazu dienen Interventionsprogramme aus den resultierenden Ergebnissen zu entwickeln bzw. bereits Bestehende anzupassen (Gurtala & Fardouly, 2023). Im Rahmen dieser Masterarbeit soll dieses Vorhaben durch eine Kurzzeitintervention für Frauen im jungen Erwachsenenalter umgesetzt werden und somit die Forschungslücke bearbeitet werden. Das Ziel dieser Arbeit soll es sein, eine Kurzzeitintervention zu entwickeln und im Rahmen dieser den Versuch anzustellen, das Körperbild und die Selbstachtung von Frauen im jungen Erwachsenenalter durch körperpositive Kurzvideos (TikToks) und weitere ausgewählte, aus der Theorie abgeleitete Maßnahmen, positiv zu beeinflussen. Dadurch sollen anschließend Empfehlungen bezüglich der Nutzung sozialer Medien gegeben werden können. Somit ergeben sich folgende Fragestellungen der Masterarbeit.

(1) Kann das Körperbild und die Selbstachtung von Frauen im jungen Erwachsenenalter positiv durch die Kurzzeitintervention beeinflusst werden?
(2) Besteht ein Zusammenhang zwischen der Internalisierung und der Körperwertschätzung?
(3) Lässt sich die Körperwertschätzung durch die Internalisierung vorhersagen?

4 Hypothesen

Im folgenden Abschnitt werden die aus dem aktuellen Forschungsstand abgeleiteten Hypothesen aufgeführt und anhand empirischer Belege begründet.

4.1 Hypothese 1 – Körperwertschätzung

H1: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine höhere Körperwertschätzung.

In einer Untersuchung zeigten sich signifikante Gruppenunterschiede bezüglich der Körperwertschätzung, wobei diese am höchsten war, nachdem die Probandinnen mit körperpositiven Bildern aus den sozialen Medien konfrontiert worden sind (R. Cohen et al.,

2019). Am geringsten war die Körperwertschätzung bei der Gruppe, welche Bilder von dünnen idealisierten Frauen präsentiert bekam (R. Cohen et al., 2019). Die Nutzung sozialer Medien, welche erscheinungsbezogene Inhalte darstellen, korreliert positiv mit dem Konstrukt der Körperunzufriedenheit (Gurtala & Fardouly, 2023; Raheem & Aw, 2023; Vuong et al., 2021). Zudem zeigte sich, dass die Exposition mit körperpositiven Inhalten zu höherer Körperzufriedenheit führt (Stevens & Griffiths, 2020). Daraus ist zu schließen, dass in dieser Untersuchung auch das Konstrukt der Körperwertschätzung im Anschluss an die Intervention eine Veränderung im Sinne einer höheren Körperwertschätzung erfährt.

4.2 Hypothese 2 – Internalisierung

H2: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine geringere Internalisierung des Medienideals.

Die Internalisierung spielt in der Beziehung zwischen Medien und Körperunzufriedenheit eine zentrale Rolle (Vuong et al., 2021). Laut Huang et al. (2020) verstärkt Medienkonfrontation die Internalisierung eines idealisierten Erscheinungsbildes bei beiden Geschlechtern und in jedem Alter, insbesondere jedoch bei Adoleszenten. Laut dieser Metaanalyse ist die Medienexposition zentral an der Internalisierung des dünnen Körperideals beteiligt (Huang et al., 2020). Des Weiteren wurde auch von Vuong et al. (2021) und Raheem und Aw (2023) ein Zusammenhang zwischen Nutzung von sozialen Medien und der Internalisierung des Schönheitsideals festgestellt, weshalb auch in der zugrundeliegenden Studie von einer Veränderung in der Internalisierung ausgegangen wird. Es wird angestrebt, dass diese im Rahmen der Intervention verringert wird.

4.3 Hypothese 3 – Internalisierung und Körperwertschätzung

H3: Frauen, die eine höhere Internalisierung aufweisen, zeigen geringere Werte in der Körperwertschätzung.

Laut Vuong et al. (2021) besteht eine Korrelation zwischen der Nutzung sozialer Medien und der Internalisierung, sowie ein positiver Zusammenhang zwischen der Internalisierung und dem Konstrukt der Körperunzufriedenheit. Daraus lässt sich ableiten, dass in der zugrundeliegenden Studie die ursächliche Beeinflussung der Körperwertschätzung durch die Internalisierung postuliert werden kann.

4.4 Hypothese 4 – Selbstobjektifizierung

H4: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine niedrigere Selbstobjektifizierung.

Die Präsentation von idealisierten Videos und Bildern resultiert in einem Anstieg im Konstrukt der Selbstobjektifizierung im Vergleich zu neutralen Videos und Bildern (Gurtala & Fardouly, 2023). Dies zeigt sich auch im Vergleich von Pellizzer und Wade (2023), wobei hier sowohl eine erhöhte Selbstobjektifizierung bei idealisierten, als auch bei köperpositiven Bildern zu verzeichnen war, was auf die Tatsache zurückgeführt wird, dass der Körper auch hier als Objekt dargestellt wird. Im Rahmen der Intervention werden weitere, theoretisch abgeleitete Maßnahmen angeboten, welche in Kombination mit den Kurzvideos eine niedrigere Selbstobjektifizierung erwarten lassen, auch wenn die Forschungslage hierzu konträr ist.

4.5 Hypothese 5 – Soziale Vergleiche

H5: Frauen der Experimentalgruppe neigen nach der Intervention weniger dazu sich mit anderen zu vergleichen, als Frauen der Kontrollgruppe.

Soziale Vergleiche spielen eine zentrale Rolle in der Beziehung von Medien und Körperunzufriedenheit, wobei vorgenommene Vergleiche mit den gezeigten Medieninhalten abträglich für Körperbildoutcomes sind (S. McLean et al., 2016; Shahyad et al., 2015; Vuong et al., 2021). Es sind jedoch auch bei der Präsentation von körperpositiven Stimuli vermehrt soziale Vergleiche zu finden (R. Cohen et al., 2019). Da in der Intervention nicht nur körperpositive Stimuli verwendet, sondern auch weitere Maßnahmen durchgeführt werden, ist eine Abnahme der sozialen Vergleiche absehbar.

4.6 Hypothese 6 – Selbstachtung

H6: Frauen der Experimentalgruppe berichten nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, höhere Werte bezüglich ihrer Selbstachtung.

Wie zuvor aufgezeigt, ist die bisherige Studienlage zum Einfluss der sozialen Medien auf die Selbstachtung uneindeutig (Gonzales & Hancock, 2010; Liu & Baumeister, 2016; Rüther et al., 2023). Da in der zugrundeliegenden Intervention theoretisch begründete Komponenten verwendet werden, ist davon auszugehen, dass die Selbstachtung eine positive Beeinflussung erfährt.

5 Methode

Nachfolgend gilt es das Studiendesign, sowie das Vorgehen detailliert zu beschreiben. Zudem wird die erhobene Stichprobe näher beschrieben und die benötigte Größe dieser mithilfe einer Poweranalyse bestimmt. Das verwendete Material und die Messinstrumente werden dargestellt. Außerdem wird auf die geplante Datenanalyse eingegangen.

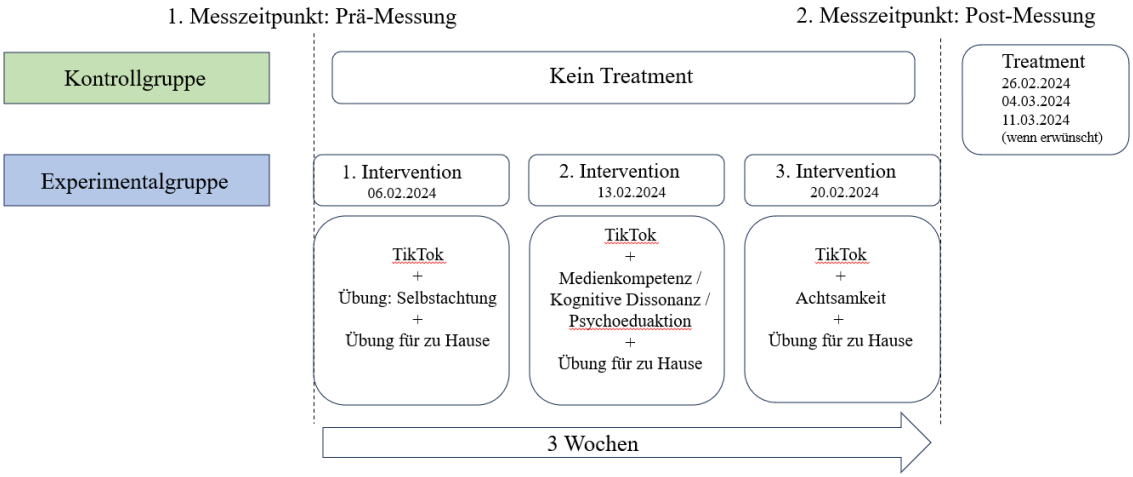
5.1 Studiendesign und Vorgehen

Die Studie wurde als längsschnittliches 2 x 2 „between-subject“ Design konzipiert und vom 06.02.2024 bis zum 20.02.24 durchgeführt. Das Forschungsvorhaben verfolgte einen experimentellen Ansatz, da die rekrutierten Versuchspersonen randomisiert der Experimental- oder der Kontrollgruppe zugeordnet wurden. Die Rekrutierung fand im persönlichen Umfeld und über diverse soziale Medien statt, um möglichst viele Probandinnen anzusprechen. Dafür wurde ein ansprechendes Rekrutierungsbild mit allen nötigen Informationen für die Teilnehmerinnen gestaltet. Sobald sich die Teilnehmerinnen bei der Versuchsleiterin per Mail angemeldet haben, bekamen sie weitere Informationen zur Studie und wurden über die Ausschlusskriterien aufgeklärt. Nach ihrer Zustimmung erhielten diese am 05.02.24 je nach Zuteilung zur Experimental- oder Kontrollgruppe einen Einladungslink für die Interventionen bzw. nur den Fragebogenlink. Die Teilnehmerinnen der Experimentalgruppe mussten im Abstand von einer Woche an drei online Meetings á ca. 30 Minuten, welche über die Plattform Zoom abgehalten wurden, teilnehmen. Zu Beginn des ersten Meetings mussten sie zur Prätestung, die unten aufgeführten Fragebögen ausfüllen, sowie demographische Daten angeben. Die Fragebögen wurden über soscisurvey realisiert und durchgeführt, wobei die Bearbeitung maximal 10 Minuten in Anspruch nahm. Anschließend wurde ein entsprechendes Kurzvideo (TikTok) abgespielt und eine, aus der Theorie abgeleitete Intervention angeboten. Zudem wurde eine freiwillige Aufgabe mitgegeben, die die Probandinnen im Alltag ausprobieren konnten. In der zweiten Sitzung wurde auch ein Kurzvideo präsentiert, sowie eine Intervention und eine Übung für den Alltag angeboten. Außerdem bestand die Möglichkeit die letzte Aufgabe bzw. die allein durchgeführte Übung zu reflektieren. In der letzten Sitzung wurde gleichermaßen vorgegangen. Zudem wurde die Posttestung mit denselben Fragebögen, wie zu Beginn, durchgeführt. Außerdem bestand die Möglichkeit zur Bewertung der Intervention, indem die persönliche Meinung dazu im Rahmen des Fragebogens abgegeben werden konnte.

Am Ende erfolgten ein übergreifendes Resümee und die Beantwortung von Fragen, sowie die Bearbeitung von Anliegen der Probandinnen. Den Personen in der Warte-Kontrollgruppe wurde das Treatment anschließend angeboten, diese nahmen vorerst nur an der Prä- und Posttestung im Rahmen der Fragebogenumfrage teil. Zur besseren Verständlichkeit wird das Design der Studie in Abbildung 3 visualisiert.

Abbildung 3

Visualisierte Darstellung des Studiendesigns (eigene Darstellung)



5.2 Stichprobe und Poweranalyse

In die Untersuchung sollten Frauen im jungen Erwachsenenalter (18-35 Jahre) eingeschlossen werden, die ihren eigenen Körper kritisch betrachten. Ausgeschlossen wurden Frauen, die massive Mobbingerfahrungen aufgrund ihres Körpers erfahren haben oder eine vergangene bzw. aktuelle Essstörungssymptomatik aufwiesen. Aufgrund des Inputs der Kurzzeitintervention könnten bei dieser Personengruppe Vorgänge ausgelöst werden, deren Konsequenzen im Rahmen des Online-Settings nicht ausreichend aufgefangen und betreut werden können. Zur Bestimmung der Stichprobengröße wurde mit Hilfe des Programms G*Power 3.1.9.7 von Faul et al. (2007) eine a priori Poweranalyse (siehe Anhang A) durchgeführt. Diese ergab für die Mixed-ANOVA bei einem $\alpha = .05$ und einer Power von .95 eine benötigte Stichprobengröße von $N = 36$, wobei hier aufgrund der Literatur von einem mittlerem Effekt ausgegangen wurde (Huang et al., 2020). Darüber hinaus wurde separat für die einfache lineare Regression eine Poweranalyse berechnet, wobei empirisch gestützt die Annahme eines starken Zusammenhangs erfolgte (Raheem & Aw,

2023; Vuong et al., 2021). Somit wurde die benötigte Stichprobengröße $N = 40$ bei einem $\alpha = .05$ und einer Power von .95 berechnet. Daraus ergab sich, dass für die Experimental- und Kontrollgruppe jeweils 20 Personen und somit insgesamt $N = 40$ Personen zu rekrutieren waren. Die Akquise wurde zwei Wochen vor dem Start der Kurzzeitintervention begonnen. Die benötigte Stichprobengröße konnte jedoch nicht erreicht werden. Es fanden sich insgesamt 22 Personen, welche randomisiert den beiden Gruppen zugeteilt wurden. Da eine Teilnehmerin ausschließlich in der Kontrollgruppe teilnehmen konnte, wurde dies berücksichtigt und es ergab sich für die Experimentalgruppe eine Teilnehmerinnenzahl von $n = 10$ und für die Kontrollgruppe $n = 12$. Beim ersten Treffen der Experimentalgruppe waren $n = 9$ Teilnehmerinnen, beim zweiten $n = 10$ und beim dritten $n = 10$ anwesend. Beim ersten Treffen füllte eine Teilnehmerin nur den Fragebogen aus, konnte jedoch nicht an dem Online-Meeting teilnehmen. Außerdem konnte sich eine weitere Teilnehmerin nur ohne Mikrofon beteiligen. Da sich nach Betrachtung der Daten jedoch Veränderungen in diesen ergaben, wurde keine der Personen von der weiteren Untersuchung ausgeschlossen, da zugrundeliegende Effekte ansonsten nicht aufgezeigt werden könnten. Den Fragebogen füllten in der Experimentalgruppe $n = 10$ beim ersten Treffen und $n = 10$ beim zweiten Treffen aus. Bei der ersten Erhebung der Kontrollgruppe füllten $n = 12$ Personen den Fragebogen aus, bei der zweiten Erhebung $n = 12$. Somit nahmen alle Teilnehmerinnen sowohl in der Experimental- als auch in der Kontrollgruppe an der Prä- und Postmessung teil. Keine Teilnehmerin hat die Teilnahme an der Studie abgebrochen.

Der Ausschluss der Teilnehmerinnen von der Studie erfolgte, sofern diese im Mailkontakt oder im Fragebogen angaben Mobbingerfahrungen bezüglich ihres Körpers gemacht zu haben oder aktuell bzw. in der Vergangenheit an einer Essstörung zu leiden. Dies war jedoch bei keiner Teilnehmerin der Fall. Darüber hinaus wurden die Daten der Teilnehmerinnen von der Auswertung ausgeschlossen, wenn kein Einverständnis zur Datenverarbeitung gegeben wurde. Dies war bei keiner Person der Fall. Diese Ausschlussbedingung stand an oberster Stelle, da aufgrund von ethisch korrektem Vorgehen Daten nicht verwendet werden können, sobald die Versuchspersonen die Einwilligung verweigert haben. Des Weiteren wurde überprüft, ob die Personen bei einem Item, das als Aufmerksamkeitscheck dienen sollte („Ich habe die Frage gelesen und kreuze deshalb „selten“ an.), die korrekte Antwort gegeben haben, um sicherzustellen, dass die Items tatsächlich

sorgfältig gelesen wurden. Dies war bei $n = 3$ nicht der Fall. Aufgrund der geringen Stichprobengröße und der Rückmeldung der Teilnehmerinnen, dass dieses Item als missverständlich aufgenommen wurde, blieb ein Ausschluss trotz einer abweichenden Antwort aus. Somit resultierten 22 gültige Fälle und 44 Datensätze, welche für die weitere Datenauswertung genutzt werden konnten.

5.3 Verwendete Messinstrumente und Materialien

Zu Beginn dieses Abschnitts sollen die Fragebögen dargestellt werden, die verwendet wurden, um die Konstrukte zu operationalisieren. Anschließend werden die Materialien aufgeführt, die während der Interventionen Anwendung fanden. Der gesamte Fragebogen für die Prä- und Postmessung findet sich im Anhang B.

5.3.1 Messinstrumente für die Prä- und Postmessung

Soziodemographische Daten

Es wurden bei beiden Befragungszeitpunkten die demographischen Variablen Alter, höchster Bildungsabschluss, Familienstand und Erwerbstätigkeit erhoben. Darüber hinaus erschien es aufgrund der Beschäftigung mit der Zielgruppe der Frauen als relevant die Identifikation mit dem weiblichen Geschlecht abzufragen. Zudem wurde erhoben, welche sozialen Medien und wie lange diese genutzt werden. Außerdem wurde nach der Art der Tätigkeit in den sozialen Medien gefragt und ob bereits eine Auseinandersetzung mit der bodypositivity Bewegung stattgefunden hat.

Körperwertschätzung

Zur Messung der Körperwertschätzung wird die *Body Appreciation Scale – 2 (BAS-2)* verwendet (Behrend & Warschburger, 2022), wobei die Originalversion von T. L. Tylka und Wood-Barcalow (2015a) stammt. Dieses Messinstrument ist für die Forschung geeignet und kann Fortschritte von Probandinnen im Rahmen von Präventionsprogrammen bzw. die Effektivität des Programms erfassen (Behrend & Warschburger, 2022). Höhere Werte sprechen hier für höhere Körperwertschätzung, wobei die Werte der einzelnen Items auf-summiert werden, wodurch Punkte zwischen 5-50 resultieren können (Behrend & Warschburger, 2022). Das Konstrukt wird durch eine fünfstufige Likert-Skala (*niemals, selten, manchmal, oft, immer*) erfasst (Behrend & Warschburger, 2022). Cronbachs Alpha

liegt bei .96 (T. L. Tylka & Wood-Barcalow, 2015a). Der Fragebogen besteht aus zehn Items und ein Beispielitem lautet „Ich respektiere meinen Körper“.

Internalisierung des Medienideals

Die Internalisierung des Ideals, das durch die Medien vermittelt wird, wird durch den *Social-Attitude-Towards-Appearance-Questionnaire (SATAQ-G)* von Heinberg et al. (1995) erfasst, wobei hier die deutsche Version von Forrester-Knauss et al. (2009) Anwendung findet. Das Messinstrument misst soziokulturelle Einflüsse auf das Körperbild mittels fünfstufiger Likert-Skala (*trifft nicht zu* bis *trifft völlig zu*), wobei drei Subskalen bestehen („internalization of the media body ideal“ (Cronbachs Alpha = .88), „perceived pressure from the media“ (Cronbachs Alpha = .89), „awareness of the body ideal“ (Cronbachs Alpha = .75)) (Forrester-Knauss et al., 2009). Ein Beispielitem für die Internalisierung lautet „Ich neige dazu, meinen Körper mit den Körpern von Frauen in Zeitschriften und im Fernsehen zu vergleichen“. Der Fragebogen besteht aus 16 Items.

Selbstobjektifizierung

Die Selbstobjektifizierung wird durch die *Self-Objectification Beliefs and Behaviors Scale (SOBBS)* von Lindner und Tantleff-Dunn (2017) erfasst, wobei die deutsche Version von Ozimek et al. (2023) verwendet wird. Der Fragebogen besteht aus 14 Items, die auf einer fünfstufigen Likert-Skala (*starke Zustimmung* bis *starke Ablehnung*) beantwortet werden, wobei höhere Werte mehr Selbstobjektifizierung abbilden (Ozimek et al., 2023). Cronbachs Alpha liegt hier bei .89 (Ozimek et al., 2023). Ein Beispielitem lautet „In den Augen anderer attraktiv auszusehen, ist mir wichtiger als mit meinen inneren Werten zufrieden zu sein“.

Körperbezogene soziale Vergleiche

Die Tendenz der Frauen ihren eigenen Körper mit dem von anderen Frauen zu vergleichen, wird durch die *Physical Appearance Comparison Scale (PACS)*, im Original von J. Thompson et al. (1991), hier in der deutschen Version von Claire Mölbert et al. (2017), erhoben. Hierbei werden gewohnheitsmäßige, körperbezogene soziale Vergleiche mittels fünf Items anhand von einer fünfstufigen Likert-Skala (*nie* bis *immer*) erfasst, die dann zu einem Gesamtwert aufaddiert werden (Claire Mölbert et al., 2017; Sharon, 2021).

Cronbachs Alpha liegt bei .78 (J. Thompson et al., 1991). Insgesamt werden fünf Items vorgelegt und ein Beispielitem lautet „Das beste Mittel, um zu wissen, ob man übergewichtig oder untergewichtig ist, ist, die eigene Figur mit der Figur anderer zu vergleichen“.

Selbstachtung

Zur Erhebung der Selbstachtung wird die *Rosenberg Self Esteem Scale (RSES)* verwendet (Rosenberg, 1965), wobei auf eine deutsche Version zurückgegriffen wird (Collani & Herzberg, 2003). Dazu werden sechs Items mittels vierstufiger Likert-Skala (*starke Zustimmung* bis *starke Ablehnung*) verwendet (Ozimek et al., 2023). Höhere Werte implizieren höhere Selbstachtung, wobei die interne Konsistenz bei .90 liegt (Ozimek et al., 2023). Ein Beispielitem lautet „Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften“. Laut Pop (2016) liegen Werte zwischen 15 bis 25 im Normalbereich, Werte unter 15 indizieren geringe Selbstachtung und Werte höher als 25 hohe Selbstachtung.

5.3.2 Materialien für die Kurzzeitintervention

Körperpositive TikToks

Zur Auswahl der körperpositiven Kurzvideos wurde die Plattform TikTok nach Videos durchsucht, welche dem Thema entsprechen. Dabei fand sich der Account @gesinadem auf welchem diverse Kurzvideos mit Themen wie Körperbild, Körperakzeptanz oder Liebe zum eigenen Körper vorhanden sind. Anschließend wurden drei Videos dieses Accounts ausgewählt, wobei darauf geachtet wurde, dass der Körper nicht visuell im Fokus steht, sondern das Video sich inhaltlich damit beschäftigt. Nur in einem Video wird tatsächlich kurz ein Körpervergleich eingeblendet. Außerdem wurde sich dafür entschieden die TikToks einer Person zu verwenden und nicht Kurzvideos unterschiedlicher Accounts heranzuziehen, da somit Vertrautheit und Kontinuität bei den Treffen erzeugt werden soll. Die TikToks wurden im Rahmen eines Pretests hinsichtlich ihrer Audio- und Videoqualität sowie der inhaltlichen Übereinstimmung überprüft. Dazu wurden den Teilnehmerinnen ($N = 10$), welche in ihren Eigenschaften äquivalent zur Zielgruppe waren, die Videos (siehe Anhang C) präsentiert und anschließend mussten drei Items auf einer fünfstufigen Skala *(stimme gar nicht zu* bis *stimme voll zu*) ausgefüllt werden. Die Items lauteten „Die Audioqualität des TikToks ist ausreichend.“, „Die Videoqualität des TikToks ist

ausreichend.“ und „Der Inhalt des TikToks thematisiert einen positiven Umgang mit dem Körper.“. Dabei ergaben sich für Video 1 eine ausreichende Audioqualität (*M* = 4.60, *SD* = 1.27), Videoqualität (*M* = 4.50, *SD* = 1.27) und die Bewertung des Inhalts, als sich mit dem positiven Umgang mit dem Körper beschäftigend (*M* = 4.40, *SD* = 0.97). Für Video 2 ergaben sich ebenso für die Audioqualität (*M* = 4.50, *SD* = 1.27), die Videoqualität (*M* = 4.60, *SD* = 1.27) und den Inhalt (*M* = 4.20, *SD* = 1.23) angemessene Werte. Dasselbe gilt für die Audioqualität (*M* = 4.50, *SD* = 1.27), die Videoqualität (*M* = 4.50, *SD* = 1.27) und den Inhalt (*M* = 4.30, *SD* = 1.25) von Video 3. Somit wurde die Vorauswahl der Videos als angemessen hinsichtlich Audio- sowie Videoqualität und Inhalt angesehen und in die Intervention implementiert.

Förderung der Selbstachtung (1. Treffen)

Zur Förderung der Selbstachtung wurde die „Was kannst du? – Übung“ gewählt. Dabei mussten sich die Teilnehmerinnen in 2er Gruppen jeweils zwei Minuten gegenseitig die Frage „Was kannst du?“ stellen. Anschließend wurde über die Übung diskutiert und im Plenum herausgearbeitet, dass man den Körper für jegliche basalen Tätigkeiten benötigt und dieser ermöglicht, dass die Teilnehmerinnen überhaupt etwas „können“. Somit wurde angestrebt den Fokus auf das Aussehen zu minimieren, indem alternative Sichtweisen auf den Körper gemäß Alleva et al. (2015) herausgearbeitet wurden. Dies sollte vertieft werden, indem die Teilnehmerinnen bis zum nächsten Treffen als Übung für zu Hause durch Selbstbeobachtung Notizen über die Funktionalität ihres Körpers machen sollten.

Aufbau von Psychoedukation und Medienkompetenz (2. Treffen)

Diese beiden Komponenten wurden in einer Übung adressiert, wobei sowohl die Diskussion der Folgen eines negativen Körperbilds, als auch der Schönheitsideale gemäß den Empfehlungen von Alleva et al. (2015) im Fokus stand. Im Rahmen einer Gruppendiskussion wurden acht Fragen (siehe Anhang D) thematisiert. Außerdem wurde zur Förderung der Medienkompetenz eine Übung für zu Hause angeboten, bei der die Teilnehmerinnen aufgefordert wurden sich bei der Nutzung der sozialen Medien kritisch Gedanken über die Inhalte zu machen, z.B. ob die Inhalte wirklich realistisch sind. Diese Ideen sollten zum nächsten Treffen mitgebracht und diskutiert werden.

Erzeugen von kognitiver Dissonanz (2. Treffen)

Hierbei wurde die Methode gewählt, einen Brief an ein kleines Mädchen oder ein „jüngeres Ich“ zu schreiben, wobei die Teilnehmerinnen die Nachteile unserer aktuellen Schönheitsideale erklären, Argumente gegen das Verfolgen der Ideale finden und die damit verbundenen Kosten aufzeigen sollten. Somit kann gemäß Ciao et al. (2014) und Stice et al. (2015) kognitive Dissonanz erzeugt werden.

Erlernen von Achtsamkeit (3. Treffen)

Beim letzten Treffen wurde eine Achtsamkeitsübung, welche laut Alleva et al. (2015) Bestandteil von Interventionen sein sollte, implementiert. Dazu wurde ein „Bodyscan“ (siehe Anhang E), entnommen aus Wunderer (2019), durchgeführt. Zusätzlich wurde als Übung für zu Hause eine Entspannungsübung (siehe Anhang E) von Marrez und Oda (2015) verwendet.

5.4 Geplante Datenanalyse

In diesem Abschnitt soll die geplante statistische Auswertung dargestellt werden. Die Auswertung für die Hypothesen H1, H2, H4, H5 und H6 wird zusammenfassend dargestellt, da diese jeweils dasselbe Vorgehen verlangen. Für H3 wird die Auswertung separat veranschaulicht. Es wird das Statistikprogramm IBM SPSS Statistics 27 (Statistical Package for the Social Sciences) zur Auswertung verwendet. Zur Beantwortung der Forschungsfragen und Prüfung der Hypothesen werden sowohl deskriptiv-, als auch inferenzstatistische Berechnungen angestellt. Zur besseren Veranschaulichung werden die Hypothesen erneut aufgeführt. Vorweg soll darauf hingewiesen werden, dass invertierte Items entsprechend umzukodieren sind und eine z-Standardisierung, aufgrund der Messung mit Skalen unterschiedlicher Abstufung, durchgeführt werden muss.

H1: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine höhere Körperwertschätzung.

H2: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine geringere Internalisierung des Medienideals.

H4: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine niedrigere Selbstobjektifizierung.

H5: Frauen der Experimentalgruppe neigen nach der Intervention weniger dazu sich mit anderen zu vergleichen, als Frauen der Kontrollgruppe.

H6: Frauen der Experimentalgruppe berichten nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, höhere Werte bezüglich ihrer Selbstachtung.

Zur Prüfung der zuvor aufgeführten Hypothesen wird eine Mixed-ANOVA berechnet, da sowohl eine Experimental- und Kontrollgruppe (Zwischensubjektfaktor), als auch zwei Messzeitpunkte (Innersubjektfaktor) vorliegen. Vor der Berechnung der Mixed-ANOVA sollen die nötigen Voraussetzungen geprüft werden. Die Intervallskalierung der abhängigen Variablen kann aufgrund der Skalierung bereits jetzt als gegeben betrachtet werden, ebenso die Unabhängigkeit aufgrund der Randomisierung und die Nominalskalierung von Zwischen- und Innersubjektfaktor aufgrund der Gruppeneinteilung. Die Überprüfung auf Ausreißer in den Gruppen wird mittels Box-Plot vorgenommen. Zudem muss die Normalverteilung der Residuen der abhängigen Variable für jede Gruppe betrachtet werden, wobei angenommen werden kann, dass die ANOVA teilweise robust gegenüber Verletzungen der Normalverteilung ist (Glass et al., 1972; Harwell et al., 1992). Dennoch wird die Normalverteilung anhand des Shapiro-Wilk-Tests überprüft. Es wird dieser Test und nicht der Kolmogorow-Smirnow-Test verwendet, da dieser eine deutlich höhere statistische Power aufweisen kann (Mohd Razali & Yap, 2011; Steinskog & Kvamstø, 2007). Die Sphärizität wird mit Hilfe des Mauchly-Tests getestet. Das Vorliegen von Homoskedastizität wird anhand des Levene-Tests und die Gleichheit der Kovarianzen mittels Box-Test betrachtet.

H3: Frauen, die eine höhere Internalisierung aufweisen, zeigen geringere Werte in der Körperwertschätzung.

Zur Prüfung dieser Hypothese soll zuerst die Pearson Produkt-Moment-Korrelation berechnet werden. Die Voraussetzungen werden zuvor abgeklärt. Die Intervallskalierung der beiden Variablen kann bereits jetzt aufgrund der Skalierung als gegeben betrachtet werden. Zudem soll überprüft werden, ob Linearität zwischen den beiden Variablen vorliegt, was anhand eines Streudiagramms vorgenommen wird. Die Betrachtung eines Boxplots wird nötig sein, um mögliche Ausreißer zu identifizieren. Die Normalverteilung der Variablen wird anhand von Kolmogorov-Smirnov und Shapiro-Wilk-Test geprüft. Die

endliche Varianz und Kovarianz wird als gegeben betrachtet, da SPSS keine Möglichkeit der Prüfung bietet.

Anschließend wird eine einfache lineare Regression berechnet, sofern ein linearer Zusammenhang besteht. Die Voraussetzung der Intervallskalierung und Normalverteilung der Variablen wurde bereits zuvor geprüft. Die Unabhängigkeit der Werte der Versuchspersonen ist aufgrund des Studiendesigns anzunehmen. Die Berücksichtigung von Ausreißern wurde auch zuvor vorgenommen. Die Voraussetzung der Homoskedastizität wird anhand eines Streudiagramms ermittelt. Die Normalverteilung der Residuen wird visuell durch ein Histogramm und denn P-P-Plot betrachtet, sowie durch den Shapiro-Wilk-Test berechnet.

6 Ergebnisse

Im nachfolgenden Abschnitt werden zuerst die deskriptivstatistischen Ergebnisse dargestellt. Dann werden die Voraussetzungen für die geplanten inferenzstatistischen Verfahren geprüft, um dann die resultierenden Befunde darzustellen. Diese werden für jede Hypothese separat herausgearbeitet. Abschließend wird eine Zusammenfassung gegeben und übersichtlich dargelegt, welche Hypothesen Bestätigung oder Ablehnung erfahren haben.

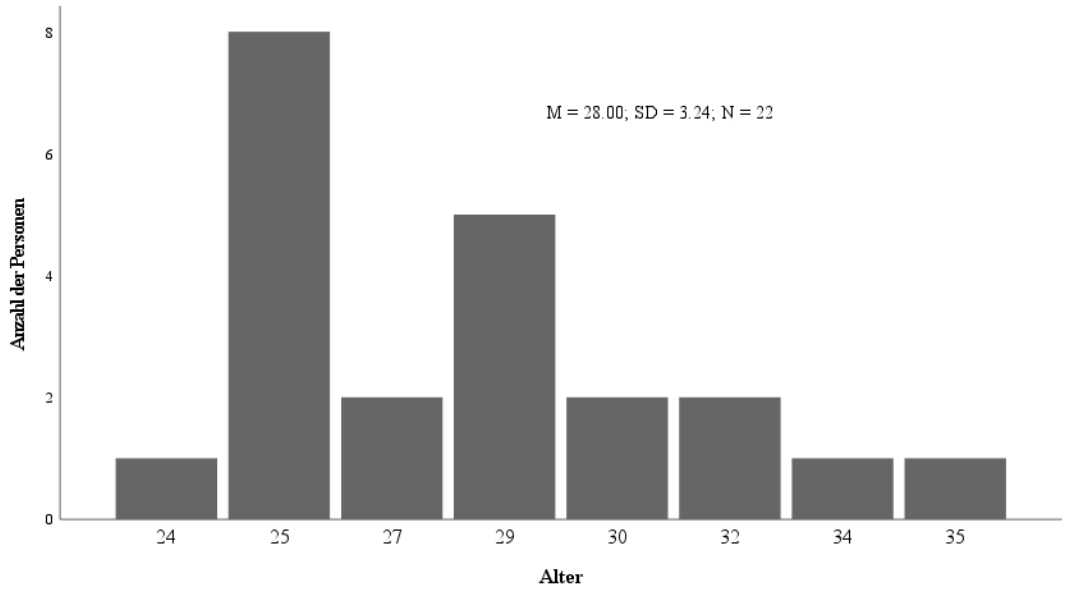
6.1 Deskriptivstatistische Ergebnisse

Demographische Charakteristika

Aufgrund der Rekrutierung von ausschließlich weiblichen Versuchspersonen bestand die Stichprobe nur aus Frauen. Die Altersspanne betrug 24 bis 35 Jahre (M = 28.00; SD = 3.24). Die meisten Frauen 36.4% (n = 8) waren im Alter von 25 Jahren. Die Altersverteilung ist in Abbildung 4 zu sehen. Die Frauen der Experimentalgruppe waren durchschnittlich 27.50 (SD = 3.06) Jahre alt, die der Kontrollgruppe 28.42 (SD = 3.45). Das Bildungsniveau der Stichprobe ist als gehoben zu betrachten. 54.5% (n = 12) der Teilnehmerinnen gaben an einen Bachelor oder gleichwertigen Abschluss zu haben. 27.3% (n = 6) der Personen haben einen Master oder gleichwertigen Abschluss als höchsten Abschluss absolviert. Es waren 50% (n = 11) der Frauen verheiratet, 31.8% (n = 7) in einer Partnerschaft und 18.2% (n = 4) ledig. Die Erwerbstätigkeit der Frauen lässt sich wie folgt beschreiben: 18.2% (n = 4) waren vollzeitbeschäftigt, 40.9% (n = 9) waren teilzeitbeschäftigt und 40.9% (n = 9) studierten, wobei hier eine Mehrfachauswahl möglich war.

Abbildung 4

Visualisierung der Altersverteilung in der Stichprobe (eigene Darstellung)



Nutzung der sozialen Medien

Die Teilnehmerinnen verwendeten verschiedene Kanäle der sozialen Medien, wobei alle WhatsApp nutzten und 90.9% (*n* = 20) sowohl Instagram, als auch YouTube. Die videobasierte App TikTok wurde von 31.8% (*n* = 7) der Frauen verwendet. Die detaillierte Darstellung der Häufigkeiten ist in Tabelle 1 zu finden.

Tabelle 1

Häufigkeitsverteilung der Stichprobe bezüglich der Nutzung der sozialen Medien (eigene Darstellung)

Art des Mediums	Häufigkeit[a] (*n*)	Prozent (%)
WhatsApp	22	100
Instagram	20	90.9
YouTube	20	90.9
Pinterest	11	50.0
Facebook	10	45.5
TikTok	7	31.8
Snapchat	7	31.8
Discord	2	9.1

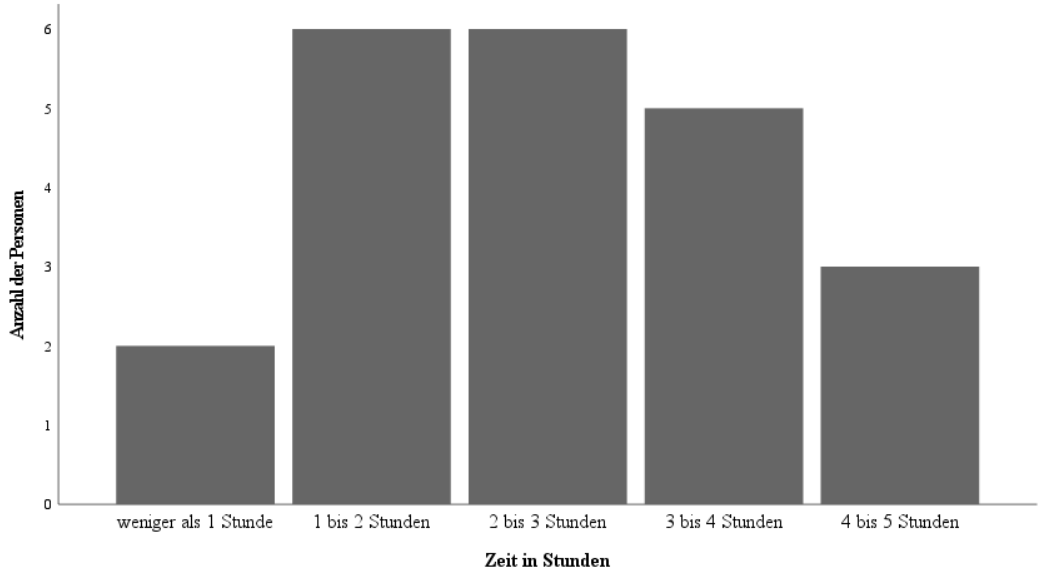
Twitch	2	9.1
Twitter	2	9.1
BeReal	1	4.5
LinkedIn	1	4.5
Signal	1	4.5
Telegram	1	4.5
Keine sozialen Medien	0	0.0

Anmerkung. [a] $N = 22$

Zudem zeigte sich, dass 27.3% (n = 6) die sozialen Medien 1 bis 2 Stunden bzw. 2 bis 3 Stunden am Tag nutzten und 22.7% (n = 5) sogar 3 bis 4 Stunden am Tag damit verbrachten. Die detaillierte Darstellung der Dauer der Mediennutzung am Tag findet sich in Abbildung 5.

Abbildung 5

Darstellung der Nutzung der sozialen Medien (eigene Darstellung)



Außerdem ergab sich, dass in der Experimentalgruppe vor der Intervention bereits 50% (*n* = 5) etwas von der „bodypositivity“ Bewegung gehört und sich auch schon 50% (*n* = 5) damit beschäftigt haben. In der Kontrollgruppe haben 50% (*n* = 6) etwas davon gehört, 41.7% (*n* = 5) haben sich schon damit auseinandergesetzt und 8.3% (*n* = 1) haben weder etwas davon gehört, noch sich damit beschäftigt.

Werte der Experimental- und Kontrollgruppe bei Prä- und Postmessung

Deskriptiv ergab sich, dass in der Experimentalgruppe die Körperwertschätzung zum ersten Messzeitpunkt geringer war (*M* = 3.64; *SD* = 0.25) als beim zweiten Messzeitpunkt nach der Intervention (*M* = 3.99; *SD* = 0.44). Für die Internalisierung zeigten sich höhere Werte bei der ersten Messung (*M* = 2.76; *SD* = 0.49) und geringere bei der zweiten (*M* = 2.58; *SD* = 0.55). Auch bei der Selbstobjektifizierung ergab sich bei der Prä-Messung ein höherer Wert (*M* = 2.50; *SD* = 0.45), als bei der Post-Messung (*M* = 2.23; *SD* = 0.62). Keine Veränderung ergab sich bei den sozialen Vergleichen von der ersten (*M* = 2.70; *SD* = 0.65) zur zweiten Messung (*M* = 2.70; *SD* = 0.62). In der Selbstachtung war ein Anstieg vom ersten (*M* = 3.10; *SD* = 0.40) zum zweiten (*M* = 3.25; *SD* = 0.40) Zeitpunkt zu verzeichnen. In Tabelle 2 sind diese Werte übersichtlich veranschaulicht, wobei hier noch keine z-Standardisierung vorgenommen wurde.

Tabelle 2

Mittelwerte und Standardabweichungen der Experimentalgruppe in den relevanten Variablen vor und nach der Intervention (eigene Darstellung)

	Experimentalgruppe Prä-Messung	Experimentalgruppe Post-Messung
Körperwertschätzung[a]	*M* = 3.64 (*SD* = 0.25)	*M* = 3.99 (*SD* = 0.44)
Internalisierung[a]	*M* = 2.76 (*SD* = 0.49)	*M* = 2.58 (*SD* = 0.55)
Selbstobjektifizierung[a]	*M* = 2.50 (*SD* = 0.45)	*M* = 2.23 (*SD* = 0.62)
Soziale Vergleiche[a]	*M* = 2.70 (*SD* = 0.65)	*M* = 2.70 (*SD* = 0.62)
Selbstachtung[b]	*M* = 3.10 (*SD* = 0.40)	*M* = 3.25 (*SD* = 0.40)

Anmerkung. [a] Messung mit 5-stufiger Skala [b] Messung mit 4-stufiger Skala

Für die Kontrollgruppe zeigte, sich ein Anstieg in der Körperwertschätzung vom ersten (*M* = 3.70; *SD* = 0.53) zum zweiten (*M* = 3.77; *SD* = 0.53) Messzeitpunkt. Es ergab sich außerdem eine Verringerung in der Internalisierung von der ersten (*M* = 2.89; *SD* = 0.72) zur zweiten Messung (*M* = 2.65; *SD* = 0.73). Dies war auch bei der Selbstobjektifizierung zu verzeichnen. Eine Zunahme zeigte sich bei den sozialen Vergleichen bei der ersten (*M* = 2.71; *SD* = 0.50) zur zweiten Erhebung (*M* = 2.80; *SD* = 0.58). Dasselbe gilt für die Selbstachtung. Zur Visualisierung dieser Ergebnisse dient Tabelle 3. Die z-Standardisierung der Werte war auch hier noch nicht erfolgt.

Tabelle 3

Mittelwerte und Standardabweichungen der Kontrollgruppe in den relevanten Variablen zum ersten und zweiten Messzeitpunkt (eigene Darstellung)

	Kontrollgruppe Prä-Messung	Kontrollgruppe Post-Messung
Körperwertschätzung[a]	*M* = 3.70 (*SD* = 0.53)	*M* = 3.77 (*SD* = 0.53)
Internalisierung[a]	*M* = 2.89 (*SD* = 0.72)	*M* = 2.65 (*SD* = 0.73)
Selbstobjektifizierung[a]	*M* = 2.46 (*SD* = 0.63)	*M* = 2.39 (*SD* = 0.54)
Soziale Vergleiche[a]	*M* = 2.71 (*SD* = 0.50)	*M* = 2.80 (*SD* = 0.58)
Selbstachtung[b]	*M* = 3.38 (*SD* = 0.42)	*M* = 3.43 (*SD* = 0.42)

Anmerkung. [a] Messung mit 5-stufiger Skala [b] Messung mit 4-stufiger Skala

6.2 Voraussetzungsprüfung

Bei den nachfolgenden Berechnungen wurde die z-Standardisierung der Werte vorgenommen.

Mixed-ANOVA

Vorweg wurden die Voraussetzungen untersucht, welche nicht anhand von statistischen Berechnungen überprüft werden konnten. Die Intervallskalierung kann aufgrund der Messinstrumente als gegeben betrachtet werden. Die Nominalskalierung und Unabhängigkeit des Zwischensubjektfaktors ist erfüllt, da die Gruppen aufgrund der randomisierten Zuteilung der Versuchspersonen unabhängig voneinander und somit kategorial sind. Dasselbe gilt für den Innersubjektfaktor Messzeitpunkt. Die Werte der Internalisierung, Körperwertschätzung, Selbstachtung, Selbstobjektifizierung und der sozialen Vergleiche waren sowohl für die Experimental-, als auch Kontrollgruppe normalverteilt, wie die Prüfung mit dem Shapiro-Wilk Test ergab ($p > .05$). Anhand des Boxplots sind leichte Ausreißer in beiden Gruppen zu verzeichnen. Da diese nicht als extrem zu bewerten sind und davon ausgegangen werden kann, dass diese tatsächliche Merkmalsausprägungen darstellen, wurde kein Ausschluss von der weiteren Datenanalyse vorgenommen. Die Berechnung des Mauchly-Tests auf Sphärizität muss nicht vorgenommen werden, da der Innersubjektfaktor Messzeitpunkt nur aus zwei Stufen besteht und somit Sphärizität angenommen werden kann. Die Homogenität der Fehlervarianzen zwischen den Gruppen war

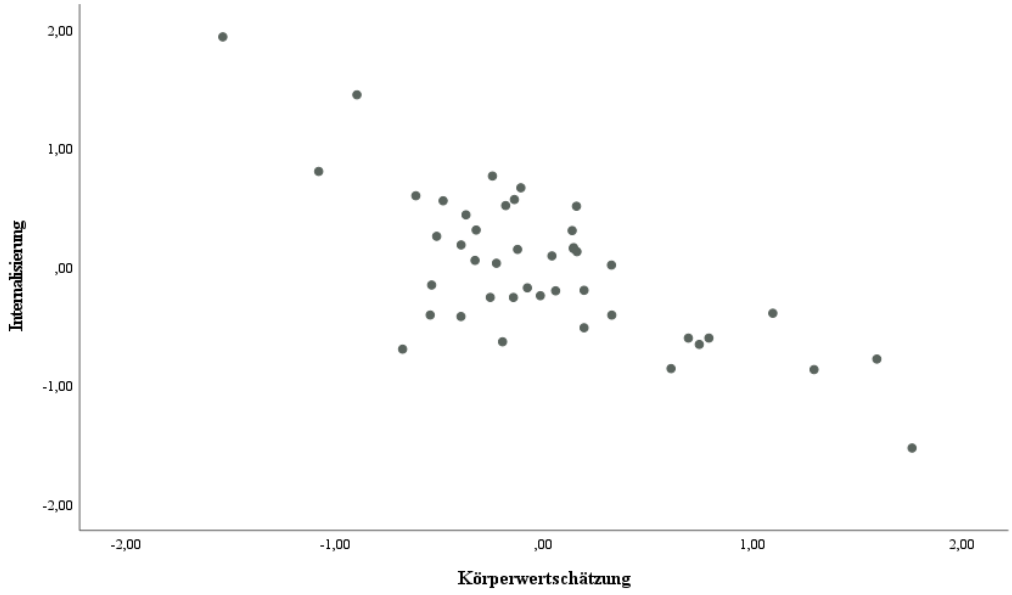
nach dem Levene-Test für alle Variablen erfüllt ($p > .05$). Die Homogenität der Kovarianzenmatrizen war gemäß dem Box-Test gegeben ($p > .05$).

Pearson Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient

Die Intervallskalierung der beiden Variablen kann aufgrund der Messung mit einer 5-stufigen Likert-Skala als gegeben betrachtet werden. Die Linearität des Zusammenhangs zwischen den beiden Variablen wurde anhand eines Streudiagramms überprüft und bestätigt, wie in Abbildung 6 zu sehen ist. Mittels Boxplot ergaben sich leichte Ausreißer. Deshalb wurde sowohl der Produkt-Moment-Korrelationskoeffizient, als auch die nicht-parametrische Alternative Spearmans Rho berechnet und verglichen. Die Normalverteilungsannahme kann als gegeben betrachtet werden, da die Internalisierung und die Körperwertschätzung gemäß dem Shapiro-Wilk-Test normalverteilt waren ($p > .05$).

Abbildung 6

Linearer Zusammenhang zwischen der Körperwertschätzung und der Internalisierung (eigene Darstellung)



Einfache lineare Regression

Die Linearität des Zusammenhangs zwischen den beiden Variablen wurde bereits vorhergehend überprüft. Die Intervallskalierung und Normalverteilung der abhängigen Variable wurde auch zuvor bestätigt. Die Unabhängigkeit der Werte der Versuchspersonen kann aufgrund des Studiendesigns als gegeben betrachtet werden. Zur Überprüfung des

Vorliegens von Ausreißern wurde eine fallweise Diagnose vorgenommen, wobei sich ergab, dass keine Ausreißer vorhanden sind, die außerhalb von 3 Standardabweichungen liegen. Zudem wurden die studentisierten ausgeschlossenen Residuen betrachtet. Dabei ergab sich, dass alle Werte innerhalb des Bereichs von +3 bis -3 lagen. Somit sind gemäß diesem Vorgehen keine relevanten Ausreißer vorhanden. Darüber hinaus wurden auch die Cook-Distanzen betrachtet und es zeigte sich auch hier, dass kein Wert das cut-off Kriterium von 1 überschritt. Zur Unabhängigkeit der Residuen lässt sich sagen, dass die Durbin-Watson-Statistik einen Wert von 2.611 aufzeigte, weshalb keine Autokorrelation in den Residuen vorlag. Somit sind die Residuen als unabhängig zu betrachten. Die Normalverteilung der Residuen wurde visuell anhand eines Histogramms überprüft, wobei sich zeigte, dass diese in etwa der Normalverteilungskurve entsprachen bzw. dass die Daten im P-P-Plot sehr nah an der Diagonale lagen, weshalb von normalverteilten Residuen gesprochen werden kann. Außerdem ergab auch die Berechnung des Shapiro-Wilk-Tests, dass die Residuen normalverteilt waren ($p > .05$). Zur visuellen Prüfung der Homoskedastizität der Residuen wurde ein Streudiagramm erstellt. Da die Punkte im Streudiagramm gleichmäßig über die horizontale Achse verteilt waren und nicht an einigen Stellen eine größere bzw. geringere Dichte aufwiesen, kann von Varianzgleichheit ausgegangen werden.

6.3 Inferenzstatistische Ergebnisse

6.3.1 Hypothese 1 – Körperwertschätzung

H1: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine höhere Körperwertschätzung.

Zur Prüfung dieser Hypothese wurde eine Mixed-ANOVA berechnet, wobei die Körperwertschätzung durch den BAS-2 operationalisiert wurde. Es ergab sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Zeit und den beiden Untersuchungsgruppen, $F(1,20) = 1.47$, $p = .240$, $\eta_p^2 = .07$. Es trat kein signifikanter Haupteffekt Zeit, $F(1, 20) = 3.49$, $p = .077$, $\eta_p^2 = .15$ und auch kein signifikanter Haupteffekt Gruppe auf, $F(1, 20) = 0.20$, $p = .663$, $\eta_p^2 = .01$. Zusammenfassend finden sich diese Ergebnisse für einen besseren Überblick in Tabelle 4.

Tabelle 4

Zeit- und Gruppeneffekte Körperwertschätzung (eigene Darstellung)

UV	F	df	p	Partielles Eta-Quadrat
Konstanter Term	.002	1	.968	.000
Gruppe	.196	1	.663	.010
Fehler (Gruppe)		20		
Zeit	3.489	1	.077	.149
Zeit*Gruppe	1.468	1	.240	.068
Fehler (Zeit)		20		

6.3.2 Hypothese 2 – Internalisierung

H2: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine geringere Internalisierung des Medienideals.

Im Rahmen der Mixed-ANOVA wurde die Internalisierung des Medienideals durch den SATAQ-G erfasst. Die Ergebnisse des Interaktionseffekts und der Haupteffekte sind in Tabelle 5 veranschaulicht. Dabei zeigt sich, dass kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Zeit und den beiden Untersuchungsgruppen festgestellt werden konnte, $F(1, 20) = 0.02$, $p = .895$, $\eta_p^2 = .00$. Es bestand kein signifikanter Haupteffekt Zeit, $F(1, 20) = 1.31$, $p = .265$, $\eta_p^2 = .06$. Außerdem fand sich kein signifikanter Haupteffekt Gruppe, $F(1, 20) = 0.20$, $p = .658$, $\eta_p^2 = .01$.

Tabelle 5

Zeit- und Gruppeneffekte Internalisierung (eigene Darstellung)

UV	F	df	p	Partielles Eta-Quadrat
Konstanter Term	.002	1	.968	.000
Gruppe	.202	1	.658	.010
Fehler (Gruppe)		20		
Zeit	1.313	1	.265	.062
Zeit*Gruppe	.018	1	.895	.001
Fehler (Zeit)		20		

6.3.3 Hypothese 3 – Internalisierung und Körperwertschätzung

H3: Frauen, die eine höhere Internalisierung aufweisen, zeigen geringere Werte in der Körperwertschätzung.

Produkt-Moment-Korrelation

Die Berechnung des Produkt-Moment-Korrelationskoeffizienten ergab, dass die Internalisierung und die Körperwertschätzung stark negativ miteinander korrelieren (r = -.733, p < .001).

Spearmans Rho

Dasselbe Ergebnis zeigte die non-parametrische Alternative des Spearmans Rho, da auch hier eine stark negative Korrelation zwischen der Internalisierung und der Körperwertschätzung festgestellt werden konnte (ρ = -.574, p < .001). Diese wurde zusätzlich aufgrund der Voraussetzungsverletzung berechnet.

Einfache lineare Regression

Bei der Berechnung der einfachen linearen Regression ergab sich ein hochsignifikantes Modell, woraus hervorgeht, dass der Prädiktor der Internalisierung das Kriterium der Körperwertschätzung statistisch signifikant vorhersagt, $F(1, 42) = 48.68$, p < .001. Die Varianzaufklärung des Modells lag hier bei 53.7% (R^2 = .54, korrigiertes R^2 = .53). Laut J. Cohen (1988) weist das Modell somit eine hohe Anpassungsgüte und damit einhergehend eine starke Varianzaufklärung auf. Der Prädiktor Internalisierung zeigte sich als signifikant (p < .001). Zusammengefasst finden sich die Ergebnisse in Tabelle 6.

Tabelle 6

Einfache lineare Regression mit dem Prädiktor Internalisierung und dem Kriterium Körperwertschätzung

Abhängige Variable: Körperwertschätzung							
						95% KI	
Koeffizienten	b	SE	β	T	p	UG	OG
Konstante	.000	.067		.000	1.000	-.136	.136
Internalisierung	-.749	.107	-.733	-6.977	.000	-.965	-.532

Anmerkungen: N = 22; R^2 = .537; korrigiertes R^2 = .526; F (1, 42) = 48.68, p < .001.

6.3.4 Hypothese 4 – Selbstobjektifizierung

H4: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine niedrigere Selbstobjektifizierung.

Zur Berechnung der Mixed-ANOVA wurde die Selbstobjektifizierung, welche mittels SOBBS erfasst wurde, herangezogen. Auch hier zeigte sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Zeit und den beiden Untersuchungsgruppen, $F(1, 20) = 0.47$, $p = .501$, $\eta_p^2 = .02$. Es trat weder ein signifikanter Haupteffekt Zeit, $F(1, 20) = 0.87$, $p = .363$, $\eta_p^2 = .04$, noch ein signifikanter Haupteffekt Gruppe auf, $F(1, 20) = 0.20$, $p = .664$, $\eta_p^2 = .01$. Zusammenfassend sind diese Ergebnisse in Tabelle 7 zu finden.

Tabelle 7

Zeit- und Gruppeneffekte Selbstobjektifizierung (eigene Darstellung)

UV	F	df	p	Partielles Eta-Quadrat
Konstanter Term	.002	1	.968	.000
Gruppe	.195	1	.664	.010
Fehler (Gruppe)		20		
Zeit	.865	1	.363	.041
Zeit*Gruppe	.470	1	.501	.023
Fehler (Zeit)		20		

6.3.5 Hypothese 5 – Soziale Vergleiche

H5: Frauen der Experimentalgruppe neigen nach der Intervention weniger dazu sich mit anderen zu vergleichen, als Frauen der Kontrollgruppe.

Bei der Prüfung dieser Hypothese wurden die sozialen Vergleiche durch den PACS erfasst, wobei kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Zeit und den beiden Untersuchungsgruppen gefunden werden konnte, $F(1, 20) = 0.05$, $p = .823$, $\eta_p^2 = .00$. Des Weiteren trat kein signifikanter Haupteffekt Zeit, $F(1, 20) = 0.05$, $p = .824$, $\eta_p^2 = .00$ oder Gruppe auf, $F(1, 20) = 0.03$, $p = 868$, $\eta_p^2 = .00$. Zur übersichtlichen Darstellung dient Tabelle 8.

Tabelle 8

Zeit- und Gruppeneffekte Soziale Vergleiche (eigene Darstellung)

UV	F	df	p	Partielles Eta-Quadrat
Konstanter Term	.000	1	.988	.000
Gruppe	.029	1	.868	.001
Fehler (Gruppe)		20		
Zeit	.051	1	.824	.003
Zeit*Gruppe	.052	1	.823	.003
Fehler (Zeit)		20		

6.3.6 Hypothese 6 – Selbstachtung

H6: Frauen der Experimentalgruppe berichten nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, höhere Werte bezüglich ihrer Selbstachtung.

Auch bei der letzten Hypothese, bei welcher die Selbstachtung durch die RSES operationalisiert wurde, ergab sich kein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Zeit und den beiden Untersuchungsgruppen, $F(1, 20) = 0.20$, $p = .662$, $\eta_p^2 = .01$. Es trat kein signifikanter Haupteffekt Zeit auf, $F(1, 20) = 0.81$, $p = .378$, $\eta_p^2 = .04$. Auch ein signifikanter Haupteffekt Gruppe blieb aus, $F(1, 20) = 3.04$, $p = .097$, $\eta_p^2 = .13$. In Tabelle 9 findet sich dies zusammengefasst.

Tabelle 9

Zeit- und Gruppeneffekte Selbstachtung (eigene Darstellung)

UV	F	df	p	Partielles Eta-Quadrat
Konstanter Term	.025	1	.876	.001
Gruppe	3.036	1	.097	.132
Fehler (Gruppe)		20		
Zeit	.812	1	.378	.039
Zeit*Gruppe	.198	1	.662	.010
Fehler (Zeit)		20		

6.3.7 Zusammenfassung der Ergebnisse

Zusammenfassend soll hier mit Hilfe von Tabelle 10 dargestellt werden, welche Hypothesen Bestätigung bzw. Ablehnung erfahren haben. Anschließend werden diese Ergebnisse im darauffolgenden Kapitel diskutiert.

Tabelle 10

Hypothesenübersicht (eigene Darstellung)

Hypothese	Status
H1: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine höhere Körperwertschätzung.	Abgelehnt
H2: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine geringere Internalisierung des Medienideals.	Abgelehnt
H3: Frauen, die eine höhere Internalisierung aufweisen, zeigen geringere Werte in der Körperwertschätzung.	Bestätigt
H4: Frauen der Experimentalgruppe zeigen nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine niedrigere Selbstobjektifizierung.	Abgelehnt
H5: Frauen der Experimentalgruppe neigen nach der Intervention weniger dazu sich mit anderen zu vergleichen, als Frauen der Kontrollgruppe.	Abgelehnt
H6: Frauen der Experimentalgruppe berichten nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, höhere Werte bezüglich ihrer Selbstachtung.	Abgelehnt

7 Diskussion

Die vorliegende Arbeit rückt das Körperbild und die Selbstachtung von jungen Frauen unter Berücksichtigung der Einflüsse der sozialen Medien in den Fokus, wobei beide Konstrukte im Rahmen einer Kurzzeitintervention adressiert werden sollen. Der Vergleich der Experimental- mit der Warte-Kontrollgruppe stellt einen wichtigen Bestandteil dieser Forschungsarbeit dar. Folglich werden die dazugehörigen Ergebnisse detailliert interpretiert und die Forschungsfragen beantwortet. Anschließend wird auf die Limitationen der zugrundeliegenden Forschungsarbeit eingegangen.

7.1 Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden die aufgestellten Forschungsfragen anhand der Hypothesen und den dazugehörigen Ergebnissen, welche es zu interpretieren gilt, beantwortet. Zur Darlegung der ersten Forschungsfrage müssen die Hypothesen 1, 2, 4, 5 und 6 herangezogen werden, wobei im Anschluss eine übergreifende Interpretation erfolgt. Die zweite und dritte Forschungsfrage wird anhand von Hypothese 3 erörtert.

Die erste Forschungsfrage lautet: Kann das Körperbild und die Selbstachtung von Frauen im jungen Erwachsenenalter positiv durch die Kurzzeitintervention beeinflusst werden? Dabei ergab sich, dass weder das Körperbild noch die Selbstachtung im Rahmen der zugrundeliegenden Intervention eine positive Beeinflussung erfahren haben. Folglich wird dieses Ergebnis näher beleuchtet, wozu jede Hypothese einzeln interpretiert und im Anschluss übergreifend eingeordnet wird.

Hypothese 1 – Körperwertschätzung: abgelehnt

Es konnte nicht gezeigt werden, dass Frauen der Experimentalgruppe nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine höhere Körperwertschätzung aufwiesen. Dies steht den Ergebnissen von R. Cohen et al. (2019) entgegen, da in dieser Studie eine erhöhte Körperwertschätzung nach der Konfrontation mit körperpositiven Bildern zu finden war. Ebenso widerspricht dies der Annahme, dass die Exposition mit körperpositiven Inhalten zu höherer Körperzufriedenheit führt (Stevens & Griffiths, 2020), wobei zu beachten ist, dass Körperwertschätzung und Körperzufriedenheit distinkte Konstrukte sind (Halliwell, 2015). Es kann zeitgleich eine hohe Körperwertschätzung berichtet werden, aber dennoch eine hohe Unzufriedenheit vorliegen, da ein

positives Körperbild zwar das Akzeptieren und Wertschätzen des Körpers anstrebt, aber dennoch die Möglichkeit besteht, dass Personen Aspekte ihrer Erscheinung ändern möchten (Halliwell, 2015). Somit ist es fraglich, ob die beiden Konstrukte den gleichen Veränderungen unterliegen und in der zugrundeliegenden Intervention auf unterschiedliche Art und Weise adressiert worden sind. Ebenso ergibt sich, dass Frauen ihren Körper im Alter generell mehr wertschätzen, aber auch unzufriedener damit werden (Halliwell, 2015). Das Alter ist eine entscheidende Determinante da die Körperwertschätzung damit in Verbindung steht (Augustus-Horvath & Tylka, 2011; Swami et al., 2014; Tiggemann & McCourt, 2013). Dabei findet sich ein genereller Anstieg der Wertschätzung zwischen 17 bis 75 Jahren (Tiggemann & McCourt, 2013) bzw. zwischen 18 bis 90 Jahren (Swami et al., 2014). Außerdem fand sich bei Frauen mittleren Alters (40-65) eine geringere Körperwertschätzung, als bei heranwachsenden (18-25) und jungen Erwachsenen (26-39). Somit erscheint die Körperwertschätzung in der Altersgruppe, welche auch die Studienteilnehmerinnen angehören tendenziell höher zu sein, weshalb eine weitere Steigerung dieser eher unwahrscheinlich zu sein scheint.

Die Ergebnisse gehen einher mit den Befunden von Graham et al. (2023), welche aufzeigten, dass es komplex ist, der ständigen Konfrontation mit idealisierten Bildern, welche in den sozialen Medien zahlreich zu finden sind, entgegenzuwirken. Es gelang beispielsweise nicht die Auswirkungen dieser durch körperpositive Inhalte auszugleichen, da auch wenn den Versuchspersonen sowohl idealisierte, als auch körperpositive Bilder präsentiert wurden, negative Auswirkungen auf die Körperzufriedenheit, -wertschätzung, den Selbstwert und Affekte zu finden waren (Graham et al., 2023). Bisher ist noch nicht klar, ob durch körperpositive Inhalte auch tatsächlich ein positives Körperbild gefördert werden kann oder die Diversität nur die schädlichen Einflüsse auf das Körperbild abmildert (Rodgers et al., 2021). Außerdem gilt es zu beachten, dass die Entwicklung eines positiven Körperbilds nicht in kurzer Zeit vonstattengehen kann, da sowohl Veränderungen in der Wahrnehmung des Körpers und des Selbst nötig sind und maladaptive Systeme und Denkmuster, welche über Jahre hinweg internalisiert wurden, aufgegeben werden müssen (Alleva et al., 2023). Dies bestätigt auch Martin (2010), da sich das Körperbild über das gesamte Leben hinweg formt und schon ab einem sehr jungen Alter die Entwicklung dessen beginnt. Auch die ausbleibende Veränderung in der zugrundeliegenden Studie im Konstrukt der Körperwertschätzung spricht für die Relevanz einer zeitlichen

Komponente. Darüber hinaus besteht Äquivalenz mit der Aussage von Posavac et al. (1998), die das Ausbleiben einer Wirkung der Medienexposition bei Frauen, welche mit ihrem Körper tendenziell zufrieden sind, statuieren. Bei Betrachtung der deskriptiven Mittelwerte der Körperwertschätzung in der Experimentalgruppe zeigt sich, dass bereits eine eher hohe Ausprägung vorlag, weshalb die fehlende Wirkung zu erwarten war. Aufgrund der fehlenden Erhebung des Body-Mass-Index der Frauen kann hier nur mutmaßlich, davon ausgegangen werden, dass die Stichprobe im Normbereich gelegen haben könnte. Pedalino und Camerini (2022) betonen, dass besonders Frauen mit höherem Body-Mass-Index mit einer geringen Körperwertschätzung zu kämpfen haben. Ansonsten besteht, die Möglichkeit, dass die Frauen den Idealen entsprechen und es aufgrund dessen weniger beeinträchtigend ist mit den Idealen konfrontiert zu werden, da diese dem Körper der Betrachterin eher ähneln und somit generell eine höhere Körperwertschätzung vorhanden ist. Dies könnte auch in der zugrundeliegenden Stichprobe der Fall sein, um jedoch gesicherte Aussagen liefern zu können, muss zukünftig diese Variable erhoben und berücksichtigt werden. Zudem beeinflusst die Ausprägung im Konstrukt der Internalisierung, wie sich Interventionen auf die Körperzufriedenheit und -wertschätzung auswirken, da insbesondere Frauen mit hohen Werten Verbesserungen in den Outcomes zeigten (Slater et al., 2017). Somit sind mangelnde Änderungen in der Körperwertschätzung zu erwarten gewesen, da deskriptiv nur mittlere Ausprägungen in der Internalisierung zu verzeichnen waren.

Hypothese 2 – Internalisierung: abgelehnt

Es ergab sich nicht, dass Frauen der Experimentalgruppe nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine geringere Internalisierung des Medienideals aufwiesen. Dies steht den Ergebnissen von Raheem und Aw (2023) und Vuong et al. (2021) entgegen, welche durchaus einen Zusammenhang zwischen der Nutzung der sozialen Medien und der Internalisierung des Schönheitsideals aufweisen konnten. Auch laut Huang et al. (2020) verstärkt Medienkonfrontation die Internalisierung eines idealisierten Erscheinungsbildes bei beiden Geschlechtern und in jedem Alter, insbesondere jedoch bei Adoleszenten und die Medienexposition ist zentral an der Internalisierung des dünnen Körperideals beteiligt (Huang et al., 2020). Insbesondere durch Medienkompetenzinterventionen wurden deutliche Verbesserungen in einer Reihe von Outcomes in Bezug auf das Körperbild erreicht, vor allem in der Internalisierung der Ideale (S. A. McLean

et al., 2016; T. D. Wade et al., 2017; Zuair & Sopory, 2022). Einhergehend mit den Ergebnisse der zugrundeliegenden Studie bestätigt die Metaanalyse von Alleva et al. (2015), dass sich für alleinstehende Interventionen, die darauf abzielten das Körperbild zu verbessern kleine bis mittlere Verbesserungen ergaben, wobei eine kleine bis mittlere Reduktion der Internalisierung zu finden war, welche sich jedoch nach Korrektur für verschiedene Bias (z.B. Stichprobenbias, Publikationsbias) nicht länger als reliabel erwiesen. Ebenso berichteten McLean et al. (2017) nach einem Medienkompetenztraining von einem verbessertem Körperbild, sowie erhöhter Medienkompetenz, wobei auch hier keine Veränderung bezüglich der Internalisierung aufgezeigt werden konnte. Dies kann darin begründet sein, dass einerseits diese Kompetenzen im Rahmen der Intervention erlernt werden, jedoch zahlreiche Schwierigkeiten bestehen diese im Alltag effektiv umzusetzen, andererseits eine geeignete Vermittlung der Fertigkeiten ausbleibt (Gordon et al., 2021). Hinzu kommt, dass oft ein geringes Engagement oder fehlende Motivation auf Seiten der Teilnehmenden besteht, da durch die ständige Beschäftigung mit den sozialen Medien eine tiefe Verankerung gegeben ist und somit keine Motivation oder sogar Widerstand aufkommt, diese Gewohnheiten abzulegen (Gordon et al., 2021). Trotz des Schaffens eines Bewusstseins für die negativen Darstellungen in den sozialen Medien und den bearbeiteten Inhalten streben die Personen gar nicht danach sich von diesen zu distanzieren, sondern verspüren trotzdem das Verlangen diese Erscheinungsbilder erreichen zu wollen (Shuilleabhain et al., 2023). Somit besteht die Möglichkeit, dass durch die Interventionen solche Kompetenzen, wie kritisches Denken zwar erarbeitet wurden, jedoch keine Anwendung im Alltag finden bzw. das gewohnte Verhalten der Nutzung der sozialen Medien nicht nachhaltig beeinflussen konnten.

Hypothese 4 – Selbstobjektifizierung: abgelehnt

Eine Bestätigung dafür, dass Frauen der Experimentalgruppe nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, eine niedrigere Selbstobjektifizierung zeigen, blieb aus. Dies steht dem Befund von Gurtala und Fardouly (2023) entgegen, welche zeigten, dass sich keine erhöhte Selbstobjektifizierung bei der Präsentation von neutralen Videos und Bildern fand. Das Ergebnis dieser Studie fügt sich jedoch in die Ausführungen von Pellizzer und Wade (2023) ein, die aufführten, dass eine erhöhte Selbstobjektifizierung sowohl bei idealisierten, als auch bei körperpositiven Bildern zu verzeichnen war. Auch R. Cohen et al. (2019) konnten aufzeigen, dass jeglicher induzierter Fokus auf das

äußere Erscheinungsbild mit höherer Selbstobjektifizierung einhergeht. Somit ist auch nach der Präsentation von körperpositiven Inhalten ein Anstieg bezüglich der Selbstobjektifizierung zu verzeichnen (R. Cohen et al., 2019). Insbesondere Personen, welche die präsentierten Schönheitsideale internalisiert haben, scheinen eine höhere Selbstobjektifizierung aufzuweisen, da diese sich mehr auf das körperliche Erscheinungsbild in den sozialen Medien fokussieren (Vandenbosch & Eggermont, 2015). Auch ständiges Vergleichen mit anderen führt zur Internalisierung der Standards und somit zu erhöhter Selbstobjektifizierung (Xu, 2023). Somit besteht eine enge Verflechtung dieser Konstrukte, weshalb eine positive Veränderung voraussetzt, dass diese komplexe Struktur im Gesamten adäquat adressiert wird, wobei die genaue Beziehung zwischen den einzelnen Komponenten bisher noch unklar ist. Auch durch die Interventionen wurde der Fokus auf das äußere Erscheinungsbild der Frauen gerichtet, auch wenn dafür körperpositive Videos genutzt wurden und die Übungen dienlich für Körperbild und Selbstachtung sein sollten. Nichtsdestotrotz standen Äußerlichkeiten im Fokus und die Frauen beschäftigten sich für die Dauer der Studie vermehrt damit. Außerdem stellen Flynn und Newman (2023) dar, dass die Repräsentation von diversen Körpern keinesfalls als protektiver Faktor vor Selbstobjektifizierung zu verstehen ist. Trotz der Visualisierung von vermehrter Diversität und der Wertschätzung jeglicher Körperformen, bleibt die Beschäftigung mit der äußeren Erscheinung und der Fokus auf den weiblichen Körper bestehen, weshalb keine verringerte Selbstobjektifizierung zu erwarten ist (R. Cohen et al., 2019, 2021; Flynn & Newman, 2023), wie sich auch in der zugrundeliegenden Studie ergab. Vielversprechender ist es eher die Ansicht zu implementieren, dass Frauen mehr sind als ihr Körper (Flynn & Newman, 2023), was zukünftig adressiert werden sollte.

Hypothese 5 – Soziale Vergleiche: abgelehnt

Eine Bestätigung dafür, dass Frauen der Experimentalgruppe nach der Intervention weniger dazu neigen, sich mit anderen zu vergleichen, als Frauen der Kontrollgruppe, konnte nicht gefunden werden. Dies geht mit den Ergebnissen von R. Cohen et al. (2019) einher, welche darauf hindeuten, dass auch nach der Präsentation von körperpositiven Stimuli vermehrt soziale Vergleiche zu finden sind. Damit konform behaupten T. Tylka et al. (2023), dass noch nicht eindeutig aufgezeigt werden kann, ob körperpositive Inhalte in weniger sozialen Vergleichen bezüglich des Aussehens resultieren und wodurch dies entstehen könnte. Des Weiteren scheinen diese besonders bei einer hohen Internalisierung

als schädlich zu gelten (Perloff, 2014). Aus der zuvor erwähnten Metaanalyse von Alleva et al. (2015) geht auch hervor, dass eine kleine bis mittlere Reduktion bezüglich der Tendenz zu sozialen Vergleichen zu verzeichnen war, welche sich jedoch nach Korrektur für verschiedene Bias (z.B. Stichprobenbias, Publikationsbias) nicht länger als reliabel erwies. Laut Flynn und Newman (2023) schützt die Repräsentation von diversen Körpern keinesfalls vor sozialen Vergleichen. Somit fügt sich das Ergebnis nahtlos in die aktuelle Studienlage ein, welche die genaue Wirkungsweise körperpositiver Inhalte auf soziale Vergleiche noch nicht abschließend klären konnte.

Außerdem stellt sich die Frage, ob aufgrund des Messinstruments ausschließlich das Ausmaß des Vergleichs gemessen werden kann oder auch die Richtung (aufwärts vs. abwärts) (Flynn & Newman, 2023). Dies wäre jedoch von Bedeutung, da diese mit verschiedenen Konsequenzen für das Körperbild verknüpft sind. Insbesondere vorgenommene Aufwärtsvergleiche gehen mit negativen Auswirkungen einher (Lee, 2014; Vogel et al., 2014; Wang et al., 2022). Somit besteht die Möglichkeit, dass die Frauen zwar ähnlich viele Vergleiche vor und nach der Intervention vorgenommen haben, jedoch vermehrt Abwärtsvergleiche, welche als weniger schädlich für das Körperbild und die Selbstachtung angenommen werden. Zudem ist denkbar, dass die äußerliche Erscheinung für die Frauen keine relevante Vergleichsdimension dargestellt hat. Sollte dies tatsächlich der Fall sein, nehmen diese Frauen auch keine sozialen Vergleiche mit den idealisierten Darstellungen vor (Halliwell & Diedrichs, 2012). Laut Halliwell (2015) kann jedoch auch bei einer Relevanz eine protektive Verarbeitung der Informationen bezüglich des Aussehens, die in den Medien vermittelt werden, stattfinden. Insbesondere Frauen, die ein positives Körperbild haben, mindern die Relevanz von sozialen Vergleichen (Halliwell, 2015). Durch dieses Herunterspielen der Bedeutung von sozialen Vergleichen werden auch eher soziale Vergleiche vorgenommen, die für das Selbst förderlich sind, indem der Fokus eher auf Dimensionen liegt, die nichts mit dem Aussehen zu tun haben (Tiggemann & Polivy, 2010). Außerdem besteht die Möglichkeit, dass es bei Frauen mit einem positiven Körperbild beim Betrachten von idealisierten Bildern dazu kommt, dass Gedanken hinsichtlich der artifiziellen Gestaltung der Bilder oder der höheren Bedeutung anderer Aspekte des Selbst aktiviert werden (Halliwell, 2015). Ein positives Körperbild beeinflusst somit auch, welche Vergleichsobjekte herangezogen werden und in welche Richtung die Vergleiche, sollten welche vorgenommen werden, gehen (Halliwell, 2015). Somit resultieren

weniger Aufwärts- und mehr Abwärtsvergleiche oder Vergleiche mit ähnlicheren statt idealisierten, perfektionierten Personen und eher Vergleiche, die sich auf die Funktionalität statt auf das Aussehen beziehen (Halliwell, 2015). Dies kann erklären, warum keine Veränderungen ersichtlich wurden. Auch bei den Frauen dieser Studie kann sich die Richtung der Vergleiche, das Bezugsobjekt oder der Inhalt dieser verändert haben, was jedoch mit dem verwendeten Messinstrument nicht festgehalten werden konnte.

Hypothese 6 – Selbstachtung: abgelehnt

Es fand sich keine Affirmation dafür, dass Frauen der Experimentalgruppe nach der Intervention, im Vergleich zu Frauen der Kontrollgruppe, höhere Werte bezüglich ihrer Selbstachtung berichteten. Dies entspricht der uneindeutigen Studienlage zum Einfluss der sozialen Medien auf die Selbstachtung (Gonzales & Hancock, 2010; Liu & Baumeister, 2016; Rüther et al., 2023). Bisher ist noch offen, welche Art von Inhalten die Selbstachtung auf welche Weise beeinflussen (Cingel et al., 2022). Dabei spielen auch die zuvor aufgeführten Konstrukte der sozialen Vergleiche und Internalisierung eine Rolle. Rüther et al. (2023) fanden ambivalente Konsequenzen von sozialen Vergleichen auf die Selbstachtung, da die Konfrontation mit Bildern von Influencerinnen, die sich selbst und ihr Leben durchgehend positiv darstellten, nicht sofort zu geringerer Selbstachtung führte, sondern diese zum Teil auch kurzfristig erhöhte (Rüther et al., 2023). Perloff (2014) stellt fest, dass besonders Frauen mit einer hohen Internalisierung, beziehungsweise bei denen die Erscheinung ein zentraler Aspekt der Selbstachtung ist, ein hoher Einfluss auf die Körperbildwahrnehmung zu verzeichnen ist, wobei die genaue Wirkungsweise noch unklar ist. Dass dem Einfluss der idealisierten Bilder extrem schwierig entgegenzuwirken ist, stellen Graham et al. (2023) fest, da trotz körperpositiver Inhalte negative Auswirkungen auf die Körperzufriedenheit, -wertschätzung, den Selbstwert und Affekte zu finden waren. Hinzu kommt, dass auch individuelle Differenzen, wie Optimismus oder Narzissmus Auswirkungen darauf haben, wie die sozialen Medien die Selbstachtung beeinflussen (Krause et al., 2019). Da noch nicht klar ist, welche Inhalte tatsächlich zu einer höheren Selbstachtung führen und wie die Verflechtung mit den anderen Konstrukten dargestellt werden kann, ist das Ausbleiben einer Veränderung in dieser Studie nur ein weiterer Hinweis darauf, dass die Komplexität dieses Zusammenspiels noch nicht ausreichend geklärt ist. Möglicherweise interagierten die Konstrukte der Internalisierung und sozialen Vergleiche miteinander oder wurden durch die Intervention so adressiert, dass es zu keiner

Verbesserung der Selbstachtung kommen konnte. Außerdem ist auch hier anzuführen, dass trotz allem der Fokus auf der äußeren Erscheinung lag, auch wenn keine idealisierten Inhalte dargestellt wurden, wurde kein weiterer Aspekt des Selbst beleuchtet, der nicht in Verbindung mit dem Aussehen stand. Hinzu kommt, dass achtsamkeitsbasierte Interventionen zu einer höheren Selbstachtung führen können (Koreshe et al., 2023), wohingegen dies bei Programmen, welche kognitive Dissonanz hervorriefen nicht der Fall war (Beccia et al., 2017). Somit sind Teile der Intervention in dieser Studie nicht dafür prädestiniert eine Verbesserung in diesem speziellen Konstrukt, dafür aber in den anderen Komponenten, zu erzeugen. Möglicherweise war bei den Frauen diese Stichprobe das Körpergewicht oder die äußerliche Erscheinung auch nicht ausschlaggebend für den Selbstwert oder die Selbstachtung. Laut Posavac et al. (1998) kann der Fokus auch auf Eigenschaften liegen, die nichts mit der physischen Attraktivität zu tun haben. Da in dieser Studie ausschließlich darauf geachtet wurde die Selbstachtung im Hinblick auf die eigene Erscheinung zu erhöhen, könnte dies für die Frauen nicht von hoher Relevanz gewesen sein, da sie sich selbst gar nicht darüber definieren. Zudem kann es zu ambitioniert sein, die Einstellung erzeugen zu wollen, dass man seinen Körper schätzen muss. Auch Neff und Vonk (2009) definieren Selbstachtung dadurch, dass Frauen sich selbst positiv evaluieren und gut mit sich selbst fühlen sollen, wohingegen beispielsweise Selbstmitgefühl stabilere und bedingungslosere Gefühle des Selbstwerts beinhaltet. Dadurch, dass eine Liebe sich selbst gegenüber angestrebt werden soll, kann es auch dazu kommen, dass die Frauen unter Druck gesetzt werden, weshalb eine positive Beeinflussung nicht zu erreichen war. Möglicherweise ist es weniger herausfordernd nur mitfühlend mit sich selbst zu sein, anstatt sich selbst achten zu müssen, weshalb eine Implementation von Selbstmitgefühl vielversprechender sein könnte.

Übergreifende Interpretation der ersten Forschungsfrage

Das Körperbild und die Selbstachtung erfuhren im Rahmen dieser Studie keine positive Beeinflussung durch die durchgeführten Übungen. Dies lässt sich dadurch erklären, dass die Herangehensweise eher rational gestaltet war und wenig Fokus auf Affekte gelegt wurde. Auch Shuilleabhain et al. (2023) schlagen vor, dass die Erfahrungen von jungen Menschen mit den sozialen Medien Berücksichtigung finden müssen, da diese eng verflochten sind mit dem Selbst. Bisher wurde Körperunzufriedenheit immer als Problem betrachtet, das im Individuum liegt, weshalb auch die Lösung dafür in der Person selbst

zu sehen ist (Shuilleabhain et al., 2023). Es wird angenommen, dass Menschen rational sind und lernen müssen, den Auswirkungen der Medien zu trotzen, indem sie sich selbstbestimmt Fähigkeiten aneignen (Shuilleabhain et al., 2023). Dabei ergeben sich möglicherweise keine Veränderungen, da auch Emotionen eine Rolle spielen und diese rein rationale Herangehensweise diese Ebene nicht adressiert hat. Das Bewusstsein dafür, dass die Inhalte unrealistisch und verzerrt sind, reicht somit nicht aus, um Schäden zu vermeiden, die aufgrund der Verarbeitung der Inhalte entstehen (Tiggemann et al., 2013). Auch wenn Medienkompetenzen erlangt werden oder kognitive Dissonanz erzeugt wird, führt dies nicht dazu, dass keine Affekte ausgelöst werden, wenn die sozialen Medien genutzt werden bzw. dass die Fähigkeit entsteht diese affektiven Vorgänge zu unterbinden (LaMarre et al., 2017; Shuilleabhain et al., 2023). Insbesondere die Methode Kritik an den Schönheitsidealen zu üben, widerspricht darüber hinaus auch den geschlechtsspezifischen sozialen Normen für Frauen, welche sowohl Konformität als auch Freundlichkeit verlangen (Paechter & Clark, 2016). Betrachtet man die Konzeptualisierung des positiven Körperbilds von J. E. Menzel und Levine (2011), werden drei zentrale Komponenten herausgestellt: 1) Wertschätzung der Erscheinung und Funktionalität des Körpers 2) Bewusstsein für die Erfahrungen und Bedürfnisse des Körpers 3) zuträgliche, selbstschützende kognitive Verarbeitung von körperbezogenen Informationen. Dabei wird deutlich, dass auch bei dieser theoretischen Konzeptualisierung der Fokus auf eine affektive Komponente fehlt. Die Komponente eines selbstdienlichen kognitiven Verarbeitungsstil ist als bedeutend für ein positives Körperbild belegt (Avalos et al., 2005; J. E. Menzel & Levine, 2011; Wood-Barcalow et al., 2010), weshalb diese auch in der zugrundeliegenden Studie vornehmlich adressiert wurde. Diese einseitige Beschäftigung damit, die Kognitionen hinsichtlich der Inhalte zu verändern, scheint jedoch in der zugrundeliegenden Untersuchung nicht hinlänglich gewesen zu sein, weshalb aufkommende Affekte zukünftig Berücksichtigung finden sollten. Außerdem stellen das positive und negative Körperbild zwei distinkte Konstrukte dar, die negativ korrelieren und zu einem Faktor höherer Ordnung, dem Körperbild, gehören, jedoch auch aus verschiedenen Faktoren niedrigerer Ordnung bestehen (J. E. Menzel & Levine, 2011). Bisher ist noch unklar welche spezifischen Komponenten des positiven Körperbilds dessen Struktur ausmachen (Halliwell, 2015). Da sowohl die einzelnen Komponenten von negativem und positivem Körperbild nicht ausreichend eruiert sind, als auch davon ausgegangen werden kann, dass die

Beeinflussung eines Faktors höherer Ordnung nicht zwingend mit Veränderung im anderen einhergeht, gestaltet sich die Einwirkung ohne Berücksichtigung der gesamten komplexen Struktur schwierig.

Interpretation der zweiten und dritten Forschungsfrage

Die zweite und dritte Forschungsfragen sind eng miteinander verknüpft und werden deshalb gemeinsam aufgeführt: Besteht ein Zusammenhang zwischen der Internalisierung und der Körperwertschätzung? Lässt sich die Körperwertschätzung durch die Internalisierung vorhersagen? Dabei zeigte sich, dass sowohl ein Zusammenhang zwischen den beiden Konstrukten besteht, als auch eine Vorhersage der Körperwertschätzung durch die Internalisierung möglich ist. Folglich wird dieses Ergebnis im Rahmen von Hypothese 3 tiefergehend dargelegt.

Hypothese 3 – Internalisierung und Körperwertschätzung: bestätigt

Es kann bekräftigt werden, dass Frauen, die eine höhere Internalisierung aufweisen, geringere Werte in der Körperwertschätzung zeigen. Dafür spricht auch die Studie von Vuong et al. (2021), wobei sich hier zeigte, dass eine Korrelation zwischen der Nutzung der sozialen Medien und der Internalisierung, sowie ein positiver Zusammenhang zwischen der Internalisierung und der Körperunzufriedenheit besteht. Auch in einer longitudinalen Erhebung ergab sich, dass die Internalisierung der Körperunzufriedenheit von jungen Frauen vorangeht sowie zur Vorhersage dieser genutzt werden kann (Rodgers et al., 2015). Zusätzlich fand sich eine experimentelle Bestätigung dafür, dass eine Verringerung in der Internalisierung mit einer Reduktion der Körperunzufriedenheit einhergeht (Stice et al., 2000). Ebenso zeigt Bolivar (2019) auf, dass eine hohe Internalisierung als Prädiktor für eine geringe Körperwertschätzung fungiert. Duan et al. (2022) gehen hingegen von einer anderen Wirkrichtung aus. Die Körperwertschätzung mindert demnach die schädlichen Folgen der Internalisierung auf das Körperbild ab, wobei die sozialen Medien negativ durch die Internalisierung als Mediator mit diesem assoziiert sind (Duan et al., 2022). Körperwertschätzung wird also als Schutzfaktor, vor den negativen Effekten der Medienexposition, beschrieben, da Frauen, welche die Ideale zwar internalisieren, aber trotzdem eine hohe Körperwertschätzung aufweisen die wahrgenommene Diskrepanz als weniger bedeutend wahrnehmen (Bolivar, 2019). Somit ist noch längst nicht geklärt, in welchem Kontext und ob die Körperwertschätzung überhaupt als Mediator oder

Moderator fungiert (Bolivar, 2019). Somit ergibt sich die Studienlage auch hierzu als konträr.

Nichtsdestotrotz lässt sich das gefundene Ergebnis weitergehend erläutern. Laut J. K. Thompson et al. (2004) geht die Internalisierung mit zahlreichen negativen Konsequenzen einher. Dies ist jedoch nur der Fall, wenn eine Frau die soziokulturellen Ansichten bezüglich des weiblichen Körpers auch tatsächlich verinnerlicht, also wenn Frauen sich an diese gesellschaftlichen Idealvorstellungen assimilieren und diese als ihre eigenen Werte und in ihre Weltanschauung aufnehmen (Fitzsimmons-Craft et al., 2012). Möglicherweise spielen in diesem Gefüge auch die sozialen Vergleiche eine Rolle. Aufgrund der Internalisierung kommt es dazu, dass vermehrt soziale Vergleiche vorgenommen werden, um Informationen darüber zu erhalten, wie der eigene Körper im Vergleich zu den Idealen zu bewerten ist (Harrison, 2001; Richins, 1991), wodurch dann eine erhöhte Körperunzufriedenheit resultiert (Engeln-Maddox, 2005). Die sozialen Vergleiche mediieren somit die Beziehung zwischen der Internalisierung und der Körperunzufriedenheit (Blowers et al., 2003). Dies kann als Grundlage herangezogen werden, um die gefundenen Ergebnisse zu untermauern. Nicht nur die Körperunzufriedenheit, sondern auch die Körperwertschätzung steht in einem engen Zusammenhang mit der Internalisierung. Verinnerlicht ein Individuum die idealisierten Vorstellungen des Körpers einer Frau nicht und integriert diese auch nicht in ihr Wertesystem, resultiert dies in einer höheren Körperwertschätzung. Womöglich nehmen diese Personen auch seltener soziale Vergleiche bezüglich ihrer physischen Attraktivität vor, wobei die Überprüfung der Mediation dieses Zusammenhangs noch aussteht. Trotzdem bietet sich hier ein Ansatzpunkt, um die Einflüsse dieser Konstrukte aufeinander weiter zu extrahieren. Neben den sozialen Vergleichen besteht auch die Möglichkeit, dass die Körperüberwachung in diesem Kontext eine Rolle spielt. Frauen sehen sich aufgrund der Internalisierung dazu gezwungen ihren eigenen Körper zu prüfen, um festzustellen, wo sie im Vergleich zu den Idealen stehen, wobei die Annahme einer Diskrepanz dann die auftretende Unzufriedenheit erklärt (Fitzsimmons-Craft et al., 2012). Dieser Prozess, der ein Indikator für Selbstobjektifizierung ist, kann somit als Mediator für den Zusammenhang zwischen der Internalisierung und der Körperunzufriedenheit dienen (Myers & Crowther, 2007) und erklären, wie Internalisierung zu Körperunzufriedenheit führt (Fitzsimmons-Craft et al., 2012). Auch wenn hier noch eine abschließende Bestätigung fehlt, kann dies zur Erklärung des zugrundeliegenden

Ergebnisses verwendet werden. Internalisieren die jungen Frauen die Annahme, dass sie von außen ständig und ausschließlich aufgrund ihres Körpers bewertet werden, kommt es dazu, dass sie selbst diese Ansicht übernehmen und ihren Körper hinsichtlich der Übereinstimmung mit den Idealen bewerten. Bleibt die Internalisierung jedoch aus, ist anzunehmen, dass sich die Frauen weniger aus dieser Beobachterperspektive betrachten, sie gehen weniger davon aus, dass andere sie nur aufgrund ihres Aussehens wertschätzen, weshalb sie dies auch selbst nicht tun. Dadurch zeigt sich bei diesen Frauen auch mehr Körperwertschätzung. Frauen, die weniger Internalisierung aufweisen, überwachen ihren Körper weniger, da diese nicht bestrebt sind ständig zu überprüfen, ob sie den gängigen Idealen entsprechen oder nicht, es kommt zu weniger Selbstobjektifizierung, weshalb diese auch eine erhöhte Körperwertschätzung aufweisen. Möglicherweise ist es auch sinnvoll an diesem Überwachungsverhalten anzusetzen und dies in zukünftigen Interventionen zu adressieren, um die Ansicht der Körper sei ein Objekt, der jedoch nicht den idealisierten Standards entspricht, zu revidieren (Fitzsimmons-Craft et al., 2012).

Weiterhin zeigten Jankauskiene und Baceviciene (2022) an einer jüngeren Stichprobe als in dieser Studie vorliegend, dass junge Mädchen mit einer hohen Körperwertschätzung weniger Internalisierung aufweisen, da diese die Einstellung vertreten, dass Schönheit vielfältig und nicht auf wenige, stereotype Ideale begrenzt ist. Die Körperwertschätzung schützt die jungen Mädchen vor den schädlichen Einflüssen der Internalisierung in der Gegenwart des Drucks, der durch die Medien ausgeübt wird, wobei die Wertschätzung als Moderator zwischen Druck, Internalisierung und problematischem Essverhalten gesehen werden kann (Jankauskiene & Baceviciene, 2022). Besteht bereits in einem jungen Alter eine hohe Körperwertschätzung führt dies möglicherweise dazu, dass diese jungen Mädchen zwar dem Druck durch die Medien ausgesetzt sind, aber die Ideale seltener internalisieren. Somit existiert auch im höheren Alter, wie hier in dieser Studie, weiterhin ein Zusammenhang zwischen diesen Variablen. Die Frauen, welche die Ideale im jungen Alter kaum internalisiert haben, zeigen nun auch eine erhöhte Körperwertschätzung. Somit ergibt sich ein Kreislauf aus schon sehr früh eher hoher Körperwertschätzung, daraus resultierend wenig Internalisierung und somit abermalig hoher Körperwertschätzung im Erwachsenenalter.

Nachdem nun auch die zweite und dritte Forschungsfrage anhand der letzten Hypothese beantwortet wurden, folgt nun die Darstellung der Limitationen dieser Studie.

7.2 Limitationen

Nach der ausführlichen Interpretation der Ergebnisse sollen folglich die Limitationen der zugrundeliegenden Studie näher beleuchtet werden. Diese werden zur besseren Verständlichkeit weiter untergliedert.

Konstrukte

Es ist fraglich, ob das Konstrukt des Körperbilds durch eine solch kurzweilige Intervention nachhaltig beeinflusst werden kann. Derartige Konstrukte ergeben sich als relativ stabil, weshalb eine höhere Dosis nötig sein kann, um tatsächlich eine Veränderung zu bewirken. Laut Tiggemann et al. (2020) sollte Körperpositivität nämlich vielfältig dargestellt und geschaffen werden, vornehmlich auch durch eine realistischere Umgebung in den sozialen Medien, um Körperunzufriedenheit nachhaltig zu adressieren. Darüber hinaus gilt es verwandte Konstrukte wie die Körperwertschätzung oder die Körperzufriedenheit klarer voneinander abzugrenzen, da diese auch als distinkt zu betrachten sind (Halliwell, 2013). Außerdem fehlte ein Messinstrument, welches das Körperbild als gesamtes misst und nicht nur einzelne verwandte Komponenten. Zudem blieb die Unterscheidung der „trait“ bzw. „state“ Ausprägung der Merkmale aus, wobei es wichtig wäre zwischen den stabilen und momentanen Komponenten zu differenzieren (Halliwell, 2013).

Stichprobe

Als besonders problematisch zu betrachten ist, dass die im Rahmen der Poweranalyse berechnete Stichprobengröße nicht erreicht worden ist. Aufgrund dessen besteht die Möglichkeit, dass ein zugrundeliegender Effekt nicht aufgedeckt werden konnte, da die geringe Stichprobengröße mit einer verringerten Power einhergeht. Hinzu kommt, dass die Teilstichprobe der Experimentalgruppe größtenteils aus Psychologiestudentinnen bestand. Aufgrund dessen waren die Übungen, welche durchgeführt wurden, um das Körperbild und die Selbstachtung zu fördern, auch teilweise bekannt und dadurch möglicherweise weniger wirksam. Zudem war das Bildungsniveau der Stichprobe als gehoben zu betrachten, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass Akademikerinnen in dieser Studie überrepräsentiert waren. Generell scheinen Personen mit einem höherem Bildungsniveau eher bereit zu sein an Fragebogenstudien teilzunehmen (Konradt & Fary, 2006). Problematisch speziell bei online Studien ist, dass vornehmlich Personen

teilnehmen, die generell ein Interesse an der Thematik zeigen (Dillman, 2007). Somit ist die Repräsentativität deutlich eingeschränkt, weshalb eine Generalisierung der Ergebnisse kaum möglich ist. Hinzu kommt, dass weitere relevante demographische Variablen der Stichprobe kaum Berücksichtigung fanden bzw. nicht abgefragt wurden. Ethnizität und Alter spielen in diesem Rahmen jedoch eine bedeutende Rolle (Albertson et al., 2015; Halliwell, 2013; Xu, 2023). Darüber hinaus berichteten einige Frauen der Experimentalgruppe in der Abschlussevaluation davon, dass sie subjektiv eingeschätzt ein positives Körperbild besitzen und sich schon intensiv mit dieser Thematik beschäftigt haben. Möglicherweise waren die Interventionen für diese Frauen weniger sinnvoll, da bei bereits hoher Selbstachtung und förderlichem Körperbild kaum oder nur schwer Verbesserungen erzielt werden können. Auch Alleva et al. (2015) gehen davon aus, dass in Interventionen geringere Effekte zu verzeichnen sind, sollte vorweg kein negatives Körperbild bestehen. Nichtsdestotrotz können die erworbenen Kompetenzen als präventiver Faktor bei zukünftigen Herausforderungen im Hinblick auf das Körperbild gelten (Alleva et al., 2015). In der zugrundeliegenden Studie wurde die Unzufriedenheit mit dem Körper bei der Rekrutierung der Versuchspersonen als Kriterium für die Teilnahme erwähnt, aber dies wurde nicht erneut abgefragt und als Ausschlusskriterium verwendet.

Messinstrumente

Durch die Rückmeldung der Teilnehmerinnen wurde deutlich, dass die verwendeten Messinstrumente nicht mehr zeitgemäß waren und somit zu Unsicherheit im Antwortverhalten geführt haben. In den Items des SATAQ-G wird beispielsweise vom „Fernsehen“ gesprochen. Dieses eher klassische Medium wird jedoch nur noch selten genutzt, häufiger werden diverse Streamingdienste konsumiert. Es blieb jedoch unklar, ob diese auch unter „Fernsehen“ subsummiert werden und deshalb zur Beantwortung der Items herangezogen werden können. Die fehlende Spezifität der Messinstrumente hinsichtlich der Thematik der sozialen Medien ist zu bemängeln, da somit ein verzerrtes Antwortverhalten auf Seiten der Versuchspersonen resultiert. Fragebogenverfahren unterliegen des weiteren Verzerrungen, wie der sozialen Erwünschtheit oder Akquieszenz (Moosbrugger & Kelava, 2012). Außerdem werden Selbsteinschätzungen, wie sie in einem Fragebogen vorgenommen werden, auch durch die aktuelle Stimmung oder den situativem Kontext beeinflusst (Stemmler et al., 2016). Hinzu kommt, dass der BAS-2 nicht spezifisch nach dem Körper fragt, sondern offenlässt, ob die Teilnehmenden die Items auf die Erscheinung des

Körpers, die Funktion oder die Gesundheit dessen beziehen (T. L. Tylka & Wood-Barcalow, 2015a).

Durchführung

Bereits beim ersten Treffen erkrankte eine Teilnehmerin der Experimentalgruppe, weshalb diese nur den Fragebogen ausfüllte, jedoch nicht an der ersten Intervention teilnehmen konnte. Diese wurde begründet nicht von der Datenanalyse ausgeschlossen, nichtsdestotrotz ist zu bemängeln, dass nicht alle Teilnehmerinnen die Intervention vollständig durchlaufen haben, was durchaus mit Verzerrungen einhergehen kann. Zudem resultierte daraus, dass die „Was kannst du?“ - Übung nicht wie geplant in Gruppen von zwei Personen, sondern auch in einer Gruppe von drei Personen durchgeführt werden musste. Dies war so nicht vorgesehen und die Folgen dessen auf die Effektivität der Übung können nicht eingeschätzt werden. Darüber hinaus ist anzumerken, dass eben diese Übung von einer Teilnehmerin nur schriftlich absolviert werden konnte, da dieser kein Zugriff auf ihr Mikrofon möglich war. Auch hier sind die Auswirkungen dessen auf die Wirksamkeit der Übung nicht absehbar. Darüber hinaus wurde rückgemeldet, dass die Übung des Bodyscans für einige Teilnehmerinnen nicht hilfreich war, da sie sich nicht darauf einlassen konnten, woraus zu schließen ist, dass somit auch keine positiven Veränderungen erzielen zu waren. Ebenso wurden die ausgewählten Kurzvideos nicht von allen Frauen, als passend für ihre persönliche Situation empfunden. Es war außerdem kaum sicherzustellen, ob die Übungen für zu Hause tatsächlich angenommen worden sind, wobei rückgemeldet wurde, dass eine Vorlage die Durchführung dieser erleichtert und die Motivation dafür erhöht hätte. Außerdem kann die kurze Dauer der einzelnen Treffen bzw. der ganzen Intervention hinterfragt werden. Zum Teil wird davon ausgegangen, dass nur eine starke Exposition mit körperpositiven Inhalten dazu führen kann, dass neue Standards akzeptiert und Einstellungen hinsichtlich diverser Körper verändert werden (Gerbner et al., 2002). Darüber hinaus ist anzumerken, dass die Kontrollgruppe überhaupt kein Treatment erfahren hat, da diese als Warte-Kontrollgruppe konzipiert war. Alleva et al. (2015) gehen davon aus, dass besonders dann größere Effekte verzeichnet werden sollten, wenn kein Vergleich mit einer aktiven Kontrollgruppe stattfindet und wenn die Posttestung sofort nach der Intervention statt nach einem kürzeren Follow-up vorgenommen wird, wie es in der zugrundeliegenden Studie der Fall war. Statt einer Warte-Kontrollgruppe wäre eine aktive Kontrollgruppe alternativ zu realisieren gewesen, da sich nun eventuell ein Placebo Effekt

eingestellt hat, da sich die Gruppen bewusst waren, dass sie eine unterschiedliche Behandlung bekommen (Albertson et al., 2015). Außerdem hätte keine Abschätzung der Langzeiteffekte vorgenommen werden können, da kein Follow-up Messzeitpunkt gegeben war. Hinzu kommt, dass während der Durchführung der einzelnen Übungen nicht sichergestellt wurde, dass die Teilnehmerinnen aktiv und aufmerksam mitarbeiteten, was auch im Nachhinein nicht abgefragt wurde. Somit ist nicht klar, ob tatsächlich eine Erhöhung der Medienkompetenz, der Achtsamkeit oder vermehrt kritisches Denken stattgefunden haben. Zudem gab es keine Kontrolle des Medienkonsums während der Intervention, weshalb trotzdem negative Einflüsse der sozialen Medien wirken und die Auswirkungen der Übungen abmildern konnten.

Technische Probleme

Durch die Rückmeldung einer Teilnehmerin wurde deutlich, dass die visuelle Darstellung der Items teilweise ungünstig gewählt war. Aufgrund der Hervorhebung der Überschriften war die zu beantwortende Frage weniger gut sichtbar, was mit erhöhter Anstrengung bei der Beantwortung des Fragebogens einherging und zukünftig vermieden werden sollte.

Statistische Auswertung

Aufgrund visueller Darstellungen fanden sich Ausreißer, welche begründet nicht von den weiteren Berechnungen ausgeschlossen wurden. Fraglich ist hier jedoch, ob dadurch nicht Verzerrungen zustande gekommen sind, welche durch eine andere Vorgehensweise (z.B. Trimming, Winsorizing) vermieden worden wären. Trotz sorgfältiger Abwägung für eine Herangehensweise, welche den Forschenden obliegt, kann diese hinterfragt und eine alternative Methode als adäquater betrachtet werden, was hiermit offengelegt werden soll.

Körperpositive Videos

Fraglich ist, ob die Methodik Videos zu nutzen, um körperpositive Nachrichten zu vermitteln, tatsächlich erfolgsversprechend ist, was auch Selensky und Carels (2021) in Frage stellen. Das Betrachten von Videos benötigt nur minimale kognitive Verarbeitung, wobei geschriebene Informationen tiefergehender verarbeitet werden und sich daran auch besser erinnert werden kann (Furnham, 2019). Somit wäre eine Kombination aus verschiedenen Medien eine zukünftige Adaptation.

8 Reflexion und Ausblick für weiterführende Forschung

Nach der Interpretation der Ergebnisse und den Limitationen der Studie soll nun eine kurze Reflexion des gesamten Vorgehens vorgenommen und ein Ausblick für weiterführende Forschung geboten werden. Die Konzeption der Interventionen erfolgte theoriebasiert und sorgfältig, trotzdem kann über das Vorgehen reflektiert und es können Verbesserungsvorschläge für fortführende Vorhaben angeboten werden. Als zentral ist anzusehen, dass die Verwendung aktueller Messinstrumente unabdingbar ist, wobei sich hier die Schwierigkeit ergibt solche möglicherweise zuerst konzipieren zu müssen. Dies erscheint jedoch als notwendig, da auch zukünftig die sozialen Medien einen großen Stellenwert im Alltag der Menschen einnehmen werden. Außerdem sollte beachtet werden das Körperbild noch komplexer zu operationalisieren und zahlreiche Komponenten dessen zu erheben, um auch die Verflechtung dieser detaillierter erfassen zu können, um dann wiederum zielgerichteter intervenieren zu können. Die Verbindungen zwischen den einzelnen Faktoren, welche das Körperbild und die Selbstachtung beeinflussen oder von diesen beeinflusst werden, stellen noch eine enorme Forschungslücke dar. Die Erfassung dieser Wechselwirkungen ist jedoch unabdingbar, da somit passgenauere Interventionen abgeleitet und präventive Angebote erstellt werden können. Um die Nachhaltigkeit dessen zu erfassen, sollte zukünftig nicht auf follow-up Messungen verzichtet werden, was in der zugrundeliegenden Studie ausblieb. Des Weiteren sollte in Erwägung gezogen werden, weniger den Fokus auf den Körper der Frauen zu legen, sondern auch andere Aspekte des Selbst miteinzubeziehen und positiv zu fördern. Statt der Wertschätzung sollte eher ein Mitgefühl für sich selbst entwickelt werden, um so den Druck nach einer spürbaren, unmittelbaren Veränderung zu vermindern. Außerdem stellt Wertschätzung eher die Forderung sich selbst bzw. den eigenen Körper zu „mögen“ oder sogar zu „lieben“. Dies erscheint oft schwierig zu erreichen, wobei Mitgefühl sich selbst gegenüber, insbesondere in kurzen Interventionen, realistischer zu erarbeiten ist. Zur genaueren Erfassung der Konstrukte sollte die Unterscheidung in „trait“ und „state“ Ausprägung berücksichtigt und mit entsprechenden Messinstrumenten erfasst werden, um auch kurzweilige Veränderung festzuhalten und zu ermitteln wodurch langfristige Änderungen erwirkt werden können. Um generalisierte Aussagen in diesem Bereich zu ermöglichen, gilt es diverse, repräsentative Stichproben zu rekrutieren, welche aufgrund ihrer Größe valide Aussagen zulassen. Nachdem nun Implikationen für weiterführende Forschungsvorhaben

angeboten wurden, soll folglich der Mehrwert dieser Studie dargelegt und ein abschließendes Fazit gezogen werden.

9 Praktische Relevanz und Fazit

Auch wenn zum Teil keine Effekte erzielt und statistisch abgesichert werden konnten, weisen die Aussagen der Teilnehmerinnen doch darauf hin, dass die Intervention subjektiv als gewinnbringend betrachtet wurde. Es ergab sich durchaus, dass der Körper bewusster und weniger kritisch wahrgenommen wurde, außerdem fand ein Hinterfragen der aufkommenden, ungewollten Gedanken während der Nutzung der sozialen Medien statt. Zudem ist die Erkenntnis, nicht alleine mit den Problemen zu sein, als erleichternd beschrieben worden. Für Frauen, welche von sich selbst denken bereits ein positives Körperbild zu haben, war die Intervention dahingehend sinnvoll, dass sie nochmal daran erinnert und in ihren Einstellungen bekräftigt wurden. Trotz der größtenteils fehlenden statistischen Signifikanz ist die Intervention als ergebnisreich zu verzeichnen, da die einzelnen Teilnehmerinnen durchaus davon profitiert haben. Zudem lässt sich daraus im Umgang mit den sozialen Medien die Empfehlung ableiten, zu versuchen sich die Verzerrung und Optimierung der dargestellten Inhalte immer wieder bewusst zu machen und diese kritisch zu hinterfragen, jedoch keinesfalls als allgemeingültigen Vergleichsstandard festzusetzen. Außerdem konnte deutlich gemacht werden, dass die Konstrukte der Internalisierung und der Körperwertschätzung nicht nur in einem Zusammenhang stehen, sondern eine Vorhersage möglich ist. Hier kann zukünftig angesetzt werden. Es ist davon auszugehen, dass Interventionen, die eine Verringerung der Internalisierung anstreben somit dazu führen, dass die Körperwertschätzung erhöht wird. Dies wiederum ist als förderlich für das Körperbild zu bewerten. Die Herausarbeitung und Belegung eines Wirkfaktors und wichtigen Bestandteils für zukünftige Interventionen sind somit als Mehrwert dieser Studie zu sehen.

Darüber hinaus wurde durch dieses Forschungsvorhaben deutlich, welche Lücken in diesem Bereich noch zu füllen sind. Die Konstrukte des Körperbilds und der Selbstachtung, sowie die damit in Verbindung stehenden Faktoren der Internalisierung, Selbstobjektifizierung, sozialen Vergleiche und Körperwertschätzung sind keinesfalls erschöpfend erforscht. Ebenso wenig die Interaktionen zwischen diesen. Dies soll dazu motivieren weitere Anstrengungen in diesem Bereich vorzunehmen. Auch wenn größere Veränderungen

ausbleiben, bieten solche kurzen Interventionen die Möglichkeit einen kleinen Kreis von Frauen zu erreichen und im Umgang mit den sozialen Medien und den idealisierten Erscheinungen zu unterstützen. Dies ist angesichts der enormen Belastungen, welchen junge Frauen dadurch täglich ausgesetzt sind keinesfalls als vernachlässigbar zu sehen. Außerdem ergibt sich die Chance die komplexe Verflechtung zwischen den Konstrukten und den Einfluss der sozialen Medien darauf Stück für Stück aufzugliedern. Aufgrund der Vielschichtigkeit, die sich auch in der zugrundeliegenden Studie gezeigt hat, ist dazu jeder noch so kleine Beitrag ergiebig. Nur so ist das übergeordnete Ziel zu erreichen, dass der weibliche Körper nicht länger aus einem defizitären Blickwinkel betrachtet wird und Frauen nicht ständig zur körperlichen Selbstoptimierung angeregt werden. Denn das größte Problem ist die Induktion dieser Überzeugung von außen, wie auch die Autorin Rupi Kaur so treffend formuliert.

We are all born so beautiful, the greatest tragedy is being convinced we are not.

-Rupi Kaur, Milk and Honey

Literaturverzeichnis

Albertson, E. R., Neff, K. D., & Dill-Shackleford, K. E. (2015). Self-compassion and body dissatisfaction in women: A randomized controlled trial of a brief meditation intervention. *Mindfulness*, *6*(3), 444–454. https://doi.org/10.1007/s12671-014-0277-3

Alcaraz-Ibáñez, M., Sicilia, Á., Díez-Fernández, D. M., & Paterna, A. (2020). Physical appearance comparisons and symptoms of disordered eating: The mediating role of social physique anxiety in spanish adolescents. *Body Image*, *32*, 145–149. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.12.005

Alleva, J. M., Sheeran, P., Webb, T. L., Martijn, C., & Miles, E. (2015). A meta-analytic review of stand-alone interventions to improve body image. *PLOS ONE*, *10*(9), e0139177. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0139177

Alleva, J. M., Tylka, T. L., Martijn, C., Waldén, M. I., Webb, J. B., & Piran, N. (2023). "I'll never sacrifice my well-being again:" The journey from negative to positive body image among women who perceive their body to deviate from societal norms. *Body Image*, *45*, 153–171. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.03.001

Altabe, M., & Thompson, J. K. (1996). Body image: A cognitive self-schema construct? *Cognitive Therapy and Research*, *20*(2), 171–193. https://doi.org/10.1007/BF02228033

Altabe, M., Wood, K., Herbozo, S., & Thompson, J. K. (2004). The physical appearance ambiguous feedback scale (PAAFS): A measure for indexing body image related cognitive bias. *Body Image*, *1*(3), 299–304. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.05.004

Appel, M., Marker, C., & Gnambs, T. (2020). Are social media ruining our lives? A review of meta-analytic evidence. *Review of General Psychology*, *24*(1), 60–74. https://doi.org/10.1177/1089268019880891

Aubrey, J. S. (2006). Exposure to sexually objectifying media and body self-perceptions among college women: An examination of the selective exposure hypothesis and the role of moderating variables. *Sex Roles*, *55*(3), 159–172. https://doi.org/10.1007/s11199-006-9070-7

Augustus-Horvath, C. L., & Tylka, T. L. (2011). The acceptance model of intuitive eating: A comparison of women in emerging adulthood, early adulthood, and middle adulthood. *Journal of Counseling Psychology*, *58*(1), 110–125. https://doi.org/10.1037/a0022129

Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. (2005). The body appreciation scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, *2*(3), 285–297. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.06.002

Baer, R. (Hrsg.). (2006). *Mindfulness-based treatment approaches: Clinician's guide to evidence base and applications*. Elsevier Academic Press.

Barak, A., Hen, L., Boniel-Nissim, M., & Shapira, N. (2008). A comprehensive review and a meta-analysis of the effectiveness of internet-based psychotherapeutic interventions. *Journal of Technology in Human Services*, *26*(2–4), 109–160. https://doi.org/10.1080/15228830802094429

Baumgartner-Hirscher, N., & Zumbach, J. (2019). Die Auswirkungen medialer Angebote auf das Körperbild von Jugendlichen: Eine experimentelle Studie mit impliziten und expliziten Methoden. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 37–60. https://doi.org/10.21240/mpaed/00/2019.10.15.X

Beccia, A., Dunlap, C., Hanes, D., Courneene, B., & Zwickey, H. (2017). Mindfulness-based eating disorder prevention programs: A systematic review and meta-analysis. *Mental Health & Prevention*, *9*. https://doi.org/10.1016/j.mhp.2017.11.001

Behrend, N., & Warschburger, P. (2022). Validation of a german version of the body appreciation scale-2 (BAS-2). *Body Image*, *41*, 216–224. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.01.020

Blowers, L. C., Loxton, N. J., Grady-Flesser, M., Occhipinti, S., & Dawe, S. (2003). The relationship between sociocultural pressure to be thin and body dissatisfaction in preadolescent girls. *Eating Behaviors*, *4*(3), 229–244. https://doi.org/10.1016/S1471-0153(03)00018-7

Bolivar, G. J. (2019). *Sociocultural pressures, thin ideal internalization, body appreciation, & eating pathology in women* [Dissertation]. Loma Linda University.

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. (2020). *Fördern soziale Medien Essstörungen?* https://www.bzga-essstoerungen.de/fileadmin/user_upload/bzga-essstoerungen/bilder/7_material_publikationen/Themenblatt_Essstoerungen_Soziale_Medien_Stand_10.22.pdf

Calogero, R. M. (Hrsg.). (2011). Operationalizing self-objectification: Assessment and related methodological issues. In R. M. Calogero, S. Tantleff-Dunn, & J. K. Thompson (Hrsg.), *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions* (S. 23–49). American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/12304-002

Chukwuere, G., & Chukwuere, J. (2023). The difficulties posed by digital technology: Understanding the psychological consequences of social media use on young adults' body image and self-esteem. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, *12*, 379. https://doi.org/10.36941/ajis-2023-0176

Ciao, A., Loth, K., & Neumark-Sztainer, D. (2014). Preventing eating disorder pathology: Common and unique features of successful eating disorders prevention programs. *Current psychiatry reports*, *16*, 453. https://doi.org/10.1007/s11920-014-0453-0

Cingel, D., Carter, M., & Krause, H.-V. (2022). Social media and self-esteem. *Current Opinion in Psychology*, *45*, 101304. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101304

Claire Mölbert, S., Hautzinger, M., Karnath, H.-O., Zipfel, S., & Giel, K. (2017). Validation of the physical appearance comparison scale (PACS) in a german sample: Psychometric properties and association with eating behavior, body image and self-esteem. *Psychotherapie, Psychosomatik, Medizinische Psychologie*, *67*(2), 91–97. https://doi.org/10.1055/s-0042-123842

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). L. Erlbaum Associates.

Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*, *21*. https://doi.org/10.1177/1461444819826530

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between facebook and instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, *23*, 183–187. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2021). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, *26*(13), 2365–2373. https://doi.org/10.1177/1359105320912450

Collani, G., & Herzberg, P. (2003). Eine revidierte Fassung der deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl von Rosenberg [A revised German version of the Rosenberg Self-Esteem Scale]. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, *24*, 3–7. https://doi.org/10.1024//0170-1789.24.1.3

Dakanalis, A., Clerici, M., & Stice, E. (2019). Prevention of eating disorders: Current evidence-base for dissonance-based programmes and future directions. *Eating and weight disorders: EWD*. https://doi.org/10.1007/s40519-019-00719-3

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology / Psychologie canadienne*, *49*(3), 182–185. https://doi.org/10.1037/a0012801

Dillman, D. A. (2007). *Mail and internet surveys: The tailored design method* (Bd. 2). Wiley.

Dohnt, H. K., & Tiggemann, M. (2006). Body image concerns in young girls: The role of peers and media prior to adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, *35*(2), 135–145. https://doi.org/10.1007/s10964-005-9020-7

Duan, C., Lian, S., Yu, L., Niu, G., & Sun, X. (2022). Photo activity on social networking sites and body dissatisfaction: The roles of thin-ideal internalization and body appreciation. *Behavioral Sciences*, *12*, 280. https://doi.org/10.3390/bs12080280

Engeln-Maddox, R. (2005). Cognitive responses to idealized media images of women: The relationship of social comparison and critical processing to body image disturbance in college women. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *24*(8), 1114–1138. https://doi.org/10.1521/jscp.2005.24.8.1114

Fardouly, J., Diedrichs, P., Vartanian, L., & Halliwell, E. (2015a). Social comparisons on social media: The impact of facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, *13*. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002

Fardouly, J., Diedrichs, P., Vartanian, L., & Halliwell, E. (2015b). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly*, *39*, 447–457. https://doi.org/10.1177/0361684315581841

Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, *9*, 1–5. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005

Farooq, H. O., Farrukh, H., & Khan Zainab. (2023). The influence of social media on adolescents' self-esteem. *Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, *4*, 173–182. https://doi.org/10.55737/qjssh.413440589

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, *39*(2), 175–191. https://doi.org/10.3758/BF03193146

Feinstein, B., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, *2*, 161–170. https://doi.org/10.1037/a0033111

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.

Fitzsimmons-Craft, E. E., Harney, M. B., Koehler, L. G., Danzi, L. E., Riddell, M. K., & Bardone-Cone, A. M. (2012). Explaining the relation between thin ideal internalization and body dissatisfaction among college women: The roles of social comparison and body surveillance. *Body Image*, *9*(1), 43–49. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2011.09.002

Flynn, E., & Newman, E. (2023). Viewing before and after weight loss transformation images online: The impact on young women's mood, body satisfaction, self-objectification, and the role of appearance comparison. *Psychology of Popular Media.* https://doi.org/10.1037/ppm0000502

Forrester-Knauss, C., Paxton, S., & Alsaker, F. (2009). Validation of the german version of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire (SATAQ-G). *Body image*, *6*, 113–120. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.01.002

Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, *21*(2), 173–206. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x

Furnham, A. (2019). Advertising: The contribution of applied cognitive psychology. *Applied Cognitive Psychology*, *33*(2), 168–175. https://doi.org/10.1002/acp.3458

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, *26*(2), 172–199. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (Hrsg.), *Media effects: Advances in theory and research, 2nd ed* (S. 43–67). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Glass, G. V., Peckham, P. D., & Sanders, J. R. (1972). Consequences of failure to meet assumptions underlying the fixed effects analyses of variance and covariance. *Review of Educational Research*, *42*(3), 237–288. https://doi.org/10.3102/00346543042003237

Gonzales, A., & Hancock, J. (2010). Mirror, mirror on my facebook wall: Effects of exposure to facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, *14*, 79–83. https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411

Gordon, C. S., Jarman, H. K., Rodgers, R. F., McLean, S. A., Slater, A., Fuller-Tyszkiewicz, M., & Paxton, S. J. (2021). Outcomes of a cluster randomized controlled trial of the SoMe social media literacy program for improving body image-related

outcomes in adolescent boys and girls. *Nutrients*, *13*(11), Article 11. https://doi.org/10.3390/nu13113825

Götz, M. (2019). Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. *TELEVIZION*, *32*(1), 25–28.

Götz, M., Wunderer, E., Greithanner, J., & Maslanka, E. (2019). „Warum kann ich nicht so perfekt sein?“ Die Bedeutung von Influencerinnen in der Entwicklung von Essstörungen. *TELEVIZION*, *1*, 29–31.

Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: A meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological Bulletin*, *134*(3), 460–476. https://doi.org/10.1037/0033-2909.134.3.460

Graham, S., Newell, E., Phillips, J. B., Pritchard, M., & Scarf, D. (2023). Curating a body-positive feed? An attempt to mitigate the negative impacts of thin-ideal content on Instagram. *Body Image*, *46*, 168–173. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.002

Griffin, M., Bailey, A., & Lopez, K. (2022). #BodyPositive? A critical exploration of the body positive movement within physical cultures taking an intersectionality approach. *Frontiers in Sports and Active Living*, *4*. https://doi.org/10.3389/fspor.2022.908580

Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, *31*(1), 1–16. https://doi.org/10.1002/eat.10005

Gurtala, J. C., & Fardouly, J. (2023). Does medium matter? Investigating the impact of viewing ideal image or short-form video content on young women’s body image, mood, and self-objectification. *Body Image*, *46*, 190–201. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.005

Haferkamp, N., & Krämer, N. (2010). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, *14*, 309–314. https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120

Halliwell, E. (2013). The impact of thin idealized media images on body satisfaction: Does body appreciation protect women from negative effects? *Body Image*, *10*(4), 509–514. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.004

Halliwell, E. (2015). Future directions for positive body image research. *Body Image*, *14*, 177–189. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.003

Halliwell, E., & Diedrichs, P. C. (2012). Influence of the media. In N. Rumsey & D. Harcourt (Hrsg.), *The Oxford handbook of the psychology of appearance* (S. 217–238). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199580521.013.0019

Harrison, K. (2001). Ourselves, our bodies: Thin-ideal media, self-discrepancies, and eating disorder symptomatology in adolescents. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *20*(3), 289–323. https://doi.org/10.1521/jscp.20.3.289.22303

Harwell, M. R., Rubinstein, E. N., Hayes, W. S., & Olds, C. C. (1992). Summarizing monte carlo results in methodological research: The one- and two-factor fixed effects ANOVA cases. *Journal of Educational Statistics*, *17*(4), 315–339. https://doi.org/10.3102/10769986017004315

Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1992). Social comparison: Gender, target importance ratings, and relation to body image disturbance. *Journal of Social Behavior & Personality*, *7*(2), 335–344.

Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. (1995). Development and validation of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire. *The International Journal of Eating Disorders*, *17*(1), 81–89. https://doi.org/10.1002/1098-108x(199501)17:1<81::aid-eat2260170111>3.0.co;2-y

Hewig, J., Cooper, S., Trippe, R. H., Hecht, H., Straube, T., & Miltner, W. H. R. (2008). Drive for thinness and attention toward specific body parts in a nonclinical sample. *Psychosomatic Medicine*, *70*(6), 729. https://doi.org/10.1097/PSY.0b013e31817e41d3

Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, *94*(3), 319–340. https://doi.org/10.1037/0033-295X.94.3.319

Higgins, E. T., Bond, R. N., Klein, R., & Strauman, T. (1986). Self-discrepancies and emotional vulnerability: How magnitude, accessibility, and type of discrepancy influence affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(1), 5–15. https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.1.5

Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, *17*, 100–110. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008

Huang, Q., Peng, W., & Ahn, S. (2020). When media become the mirror: A meta-analysis on media and body image. *Media Psychology*, *24*, 1–53. https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1737545

Irving, L., & Berel, S. (2001). Comparison of media-literacy programs to strengthen college women's resistance to media images. *Psychology of Women Quarterly*, *25*(2), 103–111. https://doi.org/10.1111/1471-6402.00012

Jain, E., Vajpayee, A., & Sanghani, P. (2023). Beauty ideals and beyond: Understanding the impact of negative body image on adolescent self-esteem and interventions. *KOREA REVIEW OF INTERNATIONAL STUDIES*, *16*(51), 44–69.

Jankauskiene, R., & Baceviciene, M. (2022). Media pressures, internalization of appearance ideals and disordered eating among adolescent girls and boys: Testing the moderating role of body appreciation. *Nutrients*, *14*(11). https://doi.org/10.3390/nu14112227

Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(6), 2880. https://doi.org/10.3390/ijerph18062880

Johnson, C., Burke, C., Brinkman, S., & Wade, T. (2016). Effectiveness of a school-based mindfulness program for transdiagnostic prevention in young adolescents. *Behaviour Research and Therapy*, *81*. https://doi.org/10.1016/j.brat.2016.03.002

Jung, J., Barron, D., Lee, Y.-A., & Swami, V. (2022). Intensity of social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. *Computers in Human Behavior*, *135*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107357

Kabat-Zinn, J. (2003). Mindfulness-based interventions in context: Past, present, and future. *Clinical Psychology: Science and Practice*, *10*(2), 144–156. https://doi.org/10.1093/clipsy.bpg016

Kaufmännische Krankenkasse. (2023). *Die Macht der Beauty-Filter: Magersucht durch Social Media?* https://www.kkh.de/presse/pressemeldungen/essstoerungenjugendliche

Koch, W. (2022). Reichweiten von Social-Media-Plattformen und Messengern ARD/ZDF-Onlinestudie 2022. *Media Perspektiven 10/2022*, 471–478.

Konradt, U., & Fary, Y. (2006). Determinanten der Motivation und der Bereitschaft zur Teilnahme an Fragebogenstudien. *Zeitschrift für Psychologie / Journal of Psychology*, *2*(214). https://econtent.hogrefe.com/doi/10.1026/0044-3409.214.2.87

Koreshe, E., Paxton, S., Miskovic-Wheatley, J., Bryant, E., Le, A., Maloney, D., Aouad, P., Barakat, S., Boakes, R., Brennan, L., Bryant, E., Byrne, S., Caldwell, B., Calvert, S., Carroll, B., Castle, D., Caterson, I., Chelius, B., Chiem, L., … National Eating Disorder Research Consortium. (2023). Prevention and early intervention in eating disorders: Findings from a rapid review. *Journal of Eating Disorders*, *11*(1), 38. https://doi.org/10.1186/s40337-023-00758-3

Krause, H.-V., Baum, K., Baumann, A., & Krasnova, H. (2019). Unifying the detrimental and beneficial effects of social network site use on self-esteem: A systematic literature review. *Media Psychology*, *24*. https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1656646

Lacroix, E., Smith, A. J., Husain, I. A., Orth, U., & von Ranson, K. M. (2023). Normative body image development: A longitudinal meta-analysis of mean-level change. *Body Image*, *45*, 238–264. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.03.003

LaMarre, A., Rice, C., & Jankowski, G. (2017). Eating disorder prevention as biopedagogy. *Fat Studies*, *6*(3), 241–254. https://doi.org/10.1080/21604851.2017.1286906

Le, L., Barendregt, J., Hay, P., & Mihalopoulos, C. (2017). Prevention of eating disorders: A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology Review*, *53*. https://doi.org/10.1016/j.cpr.2017.02.001

Lee, S. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, *32*, 253–260. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009

Lindner, D., & Tantleff-Dunn, S. (2017). The development and psychometric evaluation of the self-objectification beliefs and behaviors scale. *Psychology of Women Quarterly*, *41*, 036168431769210. https://doi.org/10.1177/0361684317692109

Liu, D., & Baumeister, R. F. (2016). Social networking online and personality of self-worth: A meta-analysis. *Journal of Research in Personality*, *64*, 79–89. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2016.06.024

Marrez, A., & Oda, M. (2015). *Das kleine Übungsheft—Frieden schließen mit dem eigenen Körper*. Trinity.

Martin, J. B. (2010). The development of ideal body image perceptions in the united states. *Nutrition Today*, *45*(3), 98. https://doi.org/10.1097/NT.0b013e3181dec6a2

McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The role of media literacy in body dissatisfaction and disordered eating: A systematic review. *Body Image*, *19*, 9–23. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.002

McLean, S., Paxton, S., & Wertheim, E. (2016). Does media literacy mitigate risk for reduced body satisfaction following exposure to thin-ideal media? *Journal of Youth and Adolescence*, *45*. https://doi.org/10.1007/s10964-016-0440-3

McLean, S., Wertheim, E., Masters, J., & Paxton, S. (2017). A pilot evaluation of a social media literacy intervention to reduce risk factors for eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, *50*. https://doi.org/10.1002/eat.22708

Mellor, D., Fuller-Tyszkiewicz, M., McCabe, M., & Ricciardelli, L. (2010). Body image and self-esteem across age and gender: A short-term longitudinal study. *Sex Roles*, *63*, 672–681. https://doi.org/10.1007/s11199-010-9813-3

Menzel, J. E., & Levine, M. P. (2011). Embodying experiences and the promotion of positive body image: The example of competitive athletics. In R. M. Calogero, S. Tantleff-Dunn, & J. K. Thompson (Hrsg.), *Self-objectification in women: Causes, consequences, and counteractions.* (S. 163–186). American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/12304-008

Menzel, J., Krawczyk, R., Thompson, J., Cash, T., & Smolak, L. (2011). Attitudinal assessment of body image for adolescents and adults. In T. F. Cash & L. Smolak (Hrsg.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention* (2. Aufl., S. 154–169). The Guilford Press.

Mink, D., & Szymanski, D. (2022). TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations. *Body Image*, *43*, 205–216. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.006

Mohd Razali, N., & Yap, B. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, *2*(1), 21–33.

Moosbrugger, H., & Kelava, A. (2012). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion*. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-20072-4_1

Möri, M., Mongillo, F., & Fahr, A. (2022). Images of bodies in mass and social media and body dissatisfaction: The role of internalization and self-discrepancy. *Frontiers in Psychology*, *13*, 1009792. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1009792

Mussweiler, T., Rüter, K., & Epstude, K. (2004). The ups and downs of social comparison: Mechanisms of assimilation and contrast. *Journal of Personality and Social Psychology*, *87*(6), 832–844. https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.6.832

Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2007). Sociocultural pressures, thin-ideal internalization, self-objectification, and body dissatisfaction: Could feminist beliefs be a moderating factor? *Body Image*, *4*(3), 296–308. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.04.001

Neff, K. D., & Vonk, R. (2009). Self-compassion versus global self-esteem: Two different ways of relating to oneself. *Journal of Personality*, *77*(1), 23–50. https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2008.00537.x

Nene, A., & Olayemi, O. (2023). The negative impact of social media on self-esteem and body image – A narrative review. *Indian Journal of Clinical Anatomy and Physiology*, *10*, 74–84. https://doi.org/10.18231/j.ijcap.2023.017

O'Dea, J. A. (2004). Evidence for a self-esteem approach in the prevention of body image and eating problems among children and adolescents. *Eating Disorders*, *12*(3), 225–239. https://doi.org/10.1080/10640260490481438

O'Dea, J. A., & Yager, Z. (2011). School-based psychoeducational approaches to prevention. In T. F. Cash & L. Smolak (Hrsg.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (S. 434–441). Guilford Press.

Ozimek, P., Lainas, S., Bierhoff, H.-W., & Rohmann, E. (2023). How photo editing in social media shapes self-perceived attractiveness and self-esteem via self-objectification and physical appearance comparisons. *BMC Psychology*, *11*(1), 99. https://doi.org/10.1186/s40359-023-01143-0

Paechter, C., & Clark, S. (2016). Being 'nice' or being 'normal': Girls resisting discourses of 'coolness'. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, *37*, 1–15. https://doi.org/10.1080/01596306.2015.1061979

Paterna, A., Alcaraz-Ibáñez, M., Fuller-Tyszkiewicz, M., & Sicilia, Á. (2021). Internalization of body shape ideals and body dissatisfaction: A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Eating Disorders*, *54*(9), 1575–1600. https://doi.org/10.1002/eat.23568

Pauli, D. (2019). Körperkult, Schönheitsdruck und Schlankheitswahn. *Pflegezeitschrift*, *72*, 34–37. https://doi.org/10.1007/s41906-019-0151-y

Pedalino, F., & Camerini, A.-L. (2022). Instagram use and body dissatisfaction: The mediating role of upward social comparison with peers and influencers among young females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *19*(3), 1543. https://doi.org/10.3390/ijerph19031543

Pellizzer, M. L., & Wade, T. D. (2023). Developing a definition of body neutrality and strategies for an intervention. *Body Image*, *46*, 434–442. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.07.006

Perloff, R. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, *71*, 363–377. https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6

Pop, C. (2016). Self-esteem and body image perception in a sample of university students. *Eurasian Journal of Educational Research*, *16*(64), 31–44. https://doi.org/10.14689/ejer.2016.64.2

Posavac, H., Posavac, S., & Posavac, E. (1998). Exposure to media images of female attractiveness and concern with body weight among young women. *Sex Roles*, *38*, 187–201. https://doi.org/10.1023/A:1018729015490

Pryde, S., & Prichard, I. (2022). TikTok on the clock but the #fitspo don't stop: The impact of TikTok fitspiration videos on women's body image concerns. *Body image*, *43*, 244–252. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.004

Raheem, M., & Aw, K. (2023). A review of the body image dissatisfaction detection from social media. *Journal of Applied Technology and Innovation*, *7*(4), 17–21.

Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of Consumer Research*, *18*(1), 71–83. https://doi.org/10.1086/209242

Rodgers, R. F., & Laveway, K. (2022). Social media use, body image and eating disorders. In A. House & C. Brennan (Hrsg.), *Social media and mental health*. Cambridge University Press.

Rodgers, R. F., Laveway, K., Zalvino, J., Cardone, W., & Wang, L. (2023). #BodyPositive: A qualitative exploration of young people's responses to body positive social media content. *Body Image*, *47*, 101613. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.08.005

Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction:

Implications for the tripartite influence model. *Developmental Psychology*, *51*(5), 706–713. https://doi.org/10.1037/dev0000013

Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. *Adolescent Research Review*, *1*(2), 95–119. https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6

Rodgers, R. F., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2021). #Take idealized bodies out of the picture: A scoping review of social media content aiming to protect and promote positive body image. *Body Image*, *38*, 10–36. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.009

Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2020). A biopsychosocial model of social media use and body image concerns, disordered eating, and muscle-building behaviors among adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence*, *49*(2), 399–409. https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0

Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. In *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton University Press. https://doi.org/10.1515/9781400876136

Ruhr Universität Bochum (Hrsg.). (2020). Schönheit ist... - Körperideale in den Medien: Von Diätkultur bis Body Positivity. *Rubin Wissenschaftsmagazin*, *1*(20). https://news.rub.de/wissenschaft/2020-03-27-anglistik-schoenheit-ist

Rüther, L., Jahn, J., & Marksteiner, T. (2023). #influenced! The impact of social media influencing on self-esteem and the role of social comparison and resilience. *Frontiers in Psychology*, *14*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1216195

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, *55*(1), 68–78. https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68

Santarossa, S., & Woodruff, S. J. (2017). #SocialMedia: Exploring the relationship of social networking sites on body image, self-esteem, and eating disorders. *Social Media + Society*, *3*(2), 2056305117704407. https://doi.org/10.1177/2056305117704407

Schemer, C. (2003). Schlank und krank durch Medienschönheiten? Zur Wirkung attraktiver weiblicher Medienakteure auf das Körperbild von Frauen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, *51*(3–4), 523–540. https://doi.org/10.5771/1615-634x-2003-3-4-523

Schemer, C. (2007). Wem Medienschönheiten schaden: Die differenzielle Anfälligkeit für negative Wirkungen attraktiver Werbemodels auf das Körperbild junger Frauen. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, *19*(2), 58–67. https://doi.org/10.1026/1617-6383.19.2.58

Schüttel, A.-M. T. (2020). Schönheitsideal schlank?! Das weibliche Körperideal und dessen mediale Darstellung im historischen Wandel. *Gesundheitskommunikation und Geschichte: interdisziplinäre Perspektiven*. https://doi.org/10.21241/SSOAR.70275

Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, *45*, 117–125. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006

Seekis, V., & Lawrence, R. K. (2023). How exposure to body neutrality content on TikTok affects young women's body image and mood. *Body Image*, *47*. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101629

Selensky, J. C., & Carels, R. A. (2021). Weight stigma and media: An examination of the effect of advertising campaigns on weight bias, internalized weight bias, self-esteem, body image, and affect. *Body Image*, *36*, 95–106. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.008

Shahyad, S., Pakdaman, S., & Shokri, O. (2015). Prediction of body image dissatisfaction from self-esteem, thin-ideal internalization and appearance-related social comparison. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, *3*, 59–63. https://doi.org/10.20286/ijtmgh-030299

Sharon, E. (2021). *Die Herzrate als psychophysiologischer Marker für die emotionale Verarbeitung körperbezogener Reize bei Patientinnen mit Anorexia nervosa* [Dissertation]. Friedrich-Alexander-Universität.

Shuilleabhain, N. N., Rich, E., & Fullagar, S. (2023). Rethinking digital media literacy to address body dissatisfaction in schools: Lessons from feminist new materialisms. *New Media & Society*, *25*(12), 3247–3265. https://doi.org/10.1177/14614448211041715

Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image*, *22*. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004

Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (insta)gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, *10*, 87–97. https://doi.org/10.1037/ppm0000268

Steinskog, D., & Kvamstø, N. (2007). A cautionary note on the use of the Kolmogorov–Smirnov test for normality. *Monthly Weather Review*, *135*, 1151–1157. https://doi.org/10.1175/MWR3326.1

Stemmler, G., Hagemann, D., Amelang, M., & Spinath, F. M. (2016). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung* (8., überarbeitete Auflage). Kohlhammer.

Stevens, A., & Griffiths, S. (2020). Body Positivity (#BoPo) in everyday life: An ecological momentary assessment study showing potential benefits to individuals' body image and emotional wellbeing. *Body Image*, *35*, 181–191. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003

Stice, E., Mazotti, L., Weibel, D., & Agras, W. S. (2000). Dissonance prevention program decreases thin-ideal internalization, body dissatisfaction, dieting, negative affect, and bulimic symptoms: A preliminary experiment. *The International Journal of Eating Disorders*, *27*(2), 206–217. https://doi.org/10.1002/(sici)1098-108x(200003)27:2<206::aid-eat9>3.0.co;2-d

Stice, E., Rohde, P., Durant, S., & Shaw, H. (2012). A preliminary trial of a prototype internet dissonance-based eating disorder prevention program for young women with body image concerns. *Journal of consulting and clinical psychology*, *80*, 907–916. https://doi.org/10.1037/a0028016

Stice, E., Shaw, H., Burton, E., & Wade, E. (2006). Dissonance and healthy weight eating disorder prevention programs: A randomized efficacy trial. *Journal of consulting and clinical psychology*, *74*, 263–275. https://doi.org/10.1037/0022-006X.74.2.263

Stice, E., Yokum, S., & Waters, A. (2015). Dissonance-based eating disorder prevention program reduces reward region response to thin models; How actions shape valuation. *PLOS ONE*, *10*(12). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144530

Strelan, P., & Hargreaves, D. (2005). Women who objectify other women: The vicious circle of objectification? *Sex Roles*, *52*(9), 707–712. https://doi.org/10.1007/s11199-005-3737-3

Sundgot-Borgen, C., Stenling, A., Rosenvinge, J. H., Pettersen, G., Friborg, O., Sundgot-Borgen, J., Kolle, E., Torstveit, M. K., Svantorp-Tveiten, K. M. E., & Bratland-Sanda, S. (2020). The norwegian healthy body image intervention promotes positive embodiment through improved self-esteem. *Body Image*, *35*, 84–95. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.014

Swami, V., Tran, U. S., Stieger, S., Voracek, M., & The YouBeauty.com Team. (2014). Associations between women's body image and happiness: Results of the YouBeauty.com body image survey (YBIS). *Journal of Happiness Studies*, *16*(3), 705–718. https://doi.org/10.1007/s10902-014-9530-7

Thompson, J., Heinberg, L., & Tantleff-Dunn, S. (1991). The physical appearance comparison scale. *The Behavior Therapist*, *14*, 174.

Thompson, J. K., Coovert, M. D., & Stormer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: A covariance structure modeling investigation. *The International Journal of Eating Disorders*, *26*(1), 43–51. https://doi.org/10.1002/(sici)1098-108x(199907)26:1<43::aid-eat6>3.0.co;2-r

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/10312-000

Thompson, J. K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., & Heinberg, L. J. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance scale-3 (SATAQ-3): Development and

validation. *The International Journal of Eating Disorders*, *35*(3), 293–304. https://doi.org/10.1002/eat.10257

Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, *1*(1), 29–41. https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00002-0

Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). #Loveyourbody: The effect of body positive Instagram captions on women's body image. *Body Image*, *33*, 129–136. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.015

Tiggemann, M., & McCourt, A. (2013). Body appreciation in adult women: Relationships with age and body satisfaction. *Body Image*, *10*(4), 624–627. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.003

Tiggemann, M., & Polivy, J. (2010). Upward and downward: Social comparison processing of thin idealized media images. *Psychology of Women Quarterly*, *34*(3), 356–364. https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01581.x

Tiggemann, M., Slater, A., Bury, B., Hawkins, K., & Firth, B. (2013). Disclaimer labels on fashion magazine advertisements: Effects on social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, *10*(1), 45–53. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.08.001

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body image*, *15*, 61–67. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003

Turgon, R., Ruffault, A., Juneau, C., Blatier, C., & Shankland, R. (2019). Eating disorder treatment: A systematic review and meta-analysis of the efficacy of mindfulness-based programs. *Mindfulness*, *10*. https://doi.org/10.1007/s12671-019-01216-5

Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015a). The body appreciation scale-2: Item refinement and psychometric evaluation. *Body Image*, *12*, 53–67. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006

Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015b). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, *14*, 118–129. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001

Tylka, T., Rodgers, R., Calogero, R., Thompson, J., & Harriger, J. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body image*, *44*, 197–221. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.004

Usgu, S., Akıncı, B., & Bali, K. (2023). Complementary therapies for woman with body image issues. *Anti-Aging Eastern Europe*, *2*, 92–103. https://doi.org/10.56543/aaeeu.2023.2.2.05

Van Diest, A., & Perez, M. (2012). Exploring the integration of thin-ideal internalization and self-objectification in the prevention of eating disorders. *Body image*, *10*. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.10.004

Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2015). The interrelated roles of mass media and social media in adolescents' development of an objectified self-concept: A longitudinal study. *Communication Research*, *43*. https://doi.org/10.1177/0093650215600488

Vogel, E., Rose, J., Okdie, B., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, *86*, 249–256. https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026

Vogel, E., Rose, J., Roberts, L., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*, 206–222. https://doi.org/10.1037/ppm0000047

Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social media use and body dissatisfaction in adolescents: The moderating role of thin- and muscular-ideal internalisation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(24). https://doi.org/10.3390/ijerph182413222

Wade, T. D., Wilksch, S. M., Paxton, S. J., Byrne, S. M., & Austin, S. B. (2017). Do universal media literacy programs have an effect on weight and shape concern by influencing media internalization? *The International Journal of Eating Disorders*, *50*(7), 731–738. https://doi.org/10.1002/eat.22689

Wade, T., Wilksch, S., Paxton, S., Byrne, S., & Austin, S. B. (2017). Do universal media literacy programs have an effect on weight and shape concern by influencing media internalization? *International Journal of Eating Disorders*, *50*. https://doi.org/10.1002/eat.22689

Walker, C. E., Krumhuber, E. G., Dayan, S., & Furnham, A. (2021). Effects of social media use on desire for cosmetic surgery among young women. *Current Psychology*, *40*(7), 3355–3364. https://doi.org/10.1007/s12144-019-00282-1

Wang, Y., Geng, J., Di, K., Chu, X., & Lei, L. (2022). Body talk on social network sites and body dissatisfaction among college students: The mediating roles of appearance ideals internalization and appearance comparison. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, *16*(3). https://doi.org/10.5817/CP2022-3-2

Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). „But I Like My Body“: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, *7*(2), 106–116. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.01.001

Wunderer, E. (2019). *Therapie-Tools Essstörungen* (1. Aufl.). Beltz.

Xu, Y. (2023). Fitspiration, related risks, and coping strategies: Recent trends and future directions. *Psychology of Popular Media.* https://doi.org/10.1037/ppm0000491

Zuair, A. A., & Sopory, P. (2022). Effects of media health literacy school-based interventions on adolescents' body image concerns, eating concerns, and thin-internalization attitudes: A systematic review and meta-analysis. *Health Communication*, *37*(1), 20–28. https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1813954

Anhang

Anhang A: A priori Poweranalysen 106
Anhang B: Verwendeter Fragebogen 108
Anhang C: Links zu den präsentierten TikToks 117
Anhang D: Fragen für die Gruppendiskussion 118
Anhang E: Bodycsan und Achtsamkeitsübung 119

Anhang A: A priori Poweranalysen

A priori Poweranalyse für die Mixed-ANOVA

F tests - ANOVA: Repeated measures, within-between interaction

Analysis:	A priori: Compute required sample size		
Input:	Effect size f	=	0.25
	α err prob	=	0.05
	Power (1-β err prob)	=	0.95
	Number of groups	=	2
	Number of measurements	=	4
	Corr among rep measures	=	0.5
	Nonsphericity correction ε	=	1
Output:	Noncentrality parameter λ	=	18.0000000
	Critical F	=	2.6937209
	Numerator df	=	3.0000000
	Denominator df	=	102
	Total sample size	=	36
	Actual power	=	0.9517650

A priori Poweranalyse für die einfache lineare Regression

F tests - Linear multiple regression: Fixed model, R^2 deviation from zero

Analysis:	A priori: Compute required sample size		
Input:	Effect size f^2	=	0.35
	α err prob	=	0.05
	Power (1-β err prob)	=	0.95
	Number of predictors	=	1
Output:	Noncentrality parameter λ	=	14.0000000
	Critical F	=	4.0981717
	Numerator df	=	1
	Denominator df	=	38
	Total sample size	=	40

Actual power	=	0.9540599

Anhang B: Verwendeter Fragebogen

Begrüßung

Liebe Teilnehmerin,

es freut mich sehr, dass du dich bereit erklärt hast, an meiner Studie mitzuwirken.

Ich weiß, dass diese sehr zeitaufwendig ist und bedanke mich deshalb für deine Bereitschaft teilzunehmen und damit mich, als auch die Forschung in diesem Bereich zu unterstützen.

Es geht, wie bereits erwähnt, um das Körperbild und die Selbstachtung der Frau und du wirst diesen Fragebogen zu Beginn und nach der Intervention bzw. nur den Fragebogen ausfüllen.

Ich möchte dich bitten immer ehrlich zu antworten. Deine Antworten können nicht deiner Person zugeordnet werden, es ist also alles völlig anonym. Die Daten werden nur im Rahmen meiner Masterarbeit verwendet und nicht weitergegeben. Außerdem kannst du natürlich jederzeit die Befragung bzw. die ganze Studie ohne weitere Angaben abbrechen.

Die Bearbeitung wird nun circa 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Vielen Dank für deine Teilnahme und Unterstützung.

Julia Pauli

Einwilligung

Hiermit willige ich ein an der Befragung teilzunehmen und stimme der anonymisierten Verarbeitung meiner Daten zu.

- o Ja
- o Nein

Filterfrage – bei „Nein“ folgender Text:

Vielen Dank für deine Teilnahme! Da du mit der Verarbeitung deiner Daten und der Befragung nicht einverstanden bist, wird der Fragebogen hier beendet.

---

1. Wie alt bist du? _____
2. Identifizierst du dich als weiblich?
   - Ja
   - Nein
3. Was ist dein höchster Bildungsabschluss?
   - kein Schulabschluss
   - Haupt-/Mittelschule oder gleichwertig
   - Realschule oder gleichwertig
   - Fachhochschule oder gleichwertig
   - Abgeschlossene Ausbildung oder gleichwertig
   - Gymnasium oder gleichwertig
   - Bachelor oder gleichwertig
   - Master oder gleichwertig
   - Promotion
   - Sonstiges _____
4. Wie ist dein aktueller Familienstand?
   - Verheiratet
   - Verwitwet
   - Getrennt
   - Geschieden
   - Ledig
   - In einer Partnerschaft
   - Sonstiges _____
5. Welcher Erwerbstätigkeit gehst du momentan nach (mehrere Optionen sind möglich)?
   - Vollzeitstelle
   - Teilzeitstelle
   - Mini-Job/Midi-Job
   - ohne Beschäftigung, arbeitssuchend
   - ohne Beschäftigung, nicht arbeitssuchend
   - Pensioniert
   - Arbeitsunfähig
   - Schülerin
   - Studentin
   - Sonstiges _____
6. Nutzt du soziale Medien, wenn ja welche?
   - Instagram
   - YouTube
   - Facebook
   - TikTok
   - Snapchat
   - Discord
   - Twitch
   - Pinterest
   - Twitter

- BeReal
- WhatsApp
- Sonstige _____
- Nein, ich nutze keine sozialen Medien.

7. Wie lange bist du circa am Tag in den sozialen Medien unterwegs?
- weniger als 1 Stunde
- 1 bis 2 Stunden
- 2 bis 3 Stunden
- 3 bis 4 Stunden
- 4 bis 5 Stunden
- mehr als 5 Stunden
- Ich nutze keine sozialen Medien.

8. Mit was beschäftigst du dich am meisten bzw. am liebsten in den sozialen Medien (z.B. Textnachrichten schreiben, Posts von anderen ansehen, selber etwas posten)?
_____

9. Hast du schon mal etwas von der „bodypositivity“ Bewegung gehört und dich damit beschäftigt?
- Ja, ich habe schon mal davon gehört.
- Ja, ich habe davon gehört und mich auch damit beschäftigt.
- Nein, weder noch.

10. Wurdest / Wirst du aufgrund deines Körpers gemobbt?
- Ja
- Nein

11. Hast du aktuell oder hattest du in der Vergangenheit eine Essstörung?
- Ja
- Nein

<u>Filterfragen 10 & 11 - bei „Ja“ folgender Text:</u>

Liebe Teilnehmerin,

es freut mich sehr, dass du an meiner Studie teilnehmen möchtest.

Du hast gerade angegeben, dass du aktuell oder in der Vergangenheit an einer Essstörung leidest bzw. gelitten hast oder bereits Erfahrungen mit Mobbing in Bezug auf deinen Körper gemacht hast.

Da wir uns in meiner Studie viel mit dem Körper beschäftigen, könnte dies möglicherweise etwas auslösen. Allerdings steht uns nur begrenzt Zeit zur Verfügung, dass wir uns mit aufkommenden Gefühlen oder Gedanken auseinandersetzen. Deshalb möchte ich alle schützen, denen ich nicht genug Raum bieten kann ausreichend über ihre inneren Vorgänge zu sprechen.

Daher ist die Umfrage für dich hier leider zu Ende. Ich möchte mich dennoch für deine Bereitschaft bedanken daran teilzunehmen. Natürlich kannst du dich jederzeit bei mir melden.

(pauli-julia@t-online.de)

Viele Grüße

Julia Pauli

Bitte beantworte die folgenden Fragen / Aussagen wahrheitsgemäß:

	Trifft nicht zu	Trifft kaum zu	Trifft teilweise zu	Trifft weit-gehen zu	Trifft völlig zu
Ich fühle mich vom Fernsehen oder von Zeitschriften unter Druck gesetzt Gewicht zu verlieren.					
Ich fühle mich vom Fernsehen oder von Zeitschriften unter Druck gesetzt schön auszusehen.					
Ich fühle mich vom Fernsehen oder von Zeitschriften unter Druck gesetzt einen perfekten Körper zu haben.					
Ich fühle mich vom Fernsehen oder von Zeitschriften unter Druck gesetzt mein Aussehen zu verändern.					
Ich fühle mich vom Fernsehen oder von Zeitschriften unter Druck gesetzt Diät zu machen.					
Ich neige dazu, meinen Körper mit den Körpern von Frauen in Zeit-schriften und im Fernsehen zu ver-gleichen.					
Mein Ziel ist es, so auszusehen wie Frauen, die man im Fernsehen oder in Filmen sieht.					
Ich glaube, dass Kleidung an dünnen Modells besser aussieht.					
Wenn ich in Musikvideos dünne Frauen sehe, wünsche ich mir, dünn zu sein.					
In unserer Gesellschaft werden dicke Menschen als unattraktiv angesehen.					

Wenn ich Fotos von dünnen Frauen sehe, wünsche ich mir dünn zu sein.					
Es ist sehr wichtig, gut auszusehen, wenn man in unserer Gesellschaft etwas erreichen möchte.					
Es ist wichtig, dass man hart für eine gute Figur arbeitet, wenn man in der heutigen Gesellschaft etwas erreichen möchte.					
Viele Leute glauben, dass man je dünner man ist, desto besser aussieht.					
In der heutigen Gesellschaft ist es wichtig, immer attraktiv auszusehen.					
Ich wünschte, ich würde wie ein Model aussehen.					

Bitte beantworte die folgenden Fragen / Aussagen wahrheitsgemäß.

	niemals	selten	manchmal	oft	immer
Ich respektiere meinen Körper.					
Ich fühle mich gut mit meinem Körper.					
Ich finde, dass mein Körper zumindest einige Vorzüge hat.					
Ich habe eine positive Einstellung zu meinem Körper.					
Ich habe die Frage gelesen und kreuze deshalb „selten“ an.					
Ich achte auf die Bedürfnisse meines Körpers.					
Ich empfinde Liebe für meinen Körper.					
Ich schätze die unterschiedlichen und einzigartigen Merkmale meines Körpers.					
Mein Verhalten zeigt meine positive Einstellung zu meinem Körper; zum					

Beispiel halte ich meinen Kopf aufrecht und lächle.					
Ich fühle mich wohl in meinem Körper.					
Ich fühle mich schön wie ich bin, auch wenn ich mich von Bildern attraktiver Personen aus den Medien unterscheide (z. B. Models, Schauspielerinnen/Schauspieler).					

Bitte beantworte folgende Fragen / Aussagen wahrheitsgemäß.

	Starke Ablehnung	Ablehnung	Zustimmung	Starke Zustimmung
Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.				
Hin und wieder denke ich, dass ich gar nichts tauge.				
Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.				
Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.				
Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.				
Ich fühle mich von Zeit zu Zeit richtig nutzlos.				
Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.				
Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.				
Alles in allem neige ich dazu, mich für einen Versager zu halten.				
Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.				

Bitte beantworte die folgenden Fragen / Aussagen wahrheitsgemäß.

	Starke Ablehnung				Starke Zustimmung
In den Augen anderer attraktiv auszusehen, ist mir wichtiger als mit meinen inneren Werten zufrieden zu sein.					
Ich versuche mir vorzustellen, wie mein Körper auf andere wirkt (z. B. so als ob ich mich von außen betrachten würde).					
Wie ich aussehe, ist mir wichtiger als das, was ich denke oder fühle.					
Ich wähle meine Kleidung oder Accessoires danach aus, wie sie meinen Körper auf andere wirken lassen.					
Mein Aussehen ist wichtiger als meine Persönlichkeit.					
Wenn ich in den Spiegel schaue, fallen mir Bereiche meines Aussehens auf, von denen ich denke, dass sie von anderen kritisch betrachtet werden.					
Ich überlege, wie mein Körper in der Kleidung, die ich trage, aus der Sicht anderer aussieht.					
Ich denke oft darüber nach, wie mein Körper auf andere wirken muss.					
Mein Aussehen sagt mehr darüber aus, wer ich bin als mein Intellekt.					
Wie sexuell attraktiv mich andere finden, sagt etwas darüber aus, wer ich als Person bin.					
Meine körperliche Erscheinung ist wichtiger als meine körperliche Verfassung.					

Ich versuche, die Reaktionen anderer auf mein Aussehen einzuschätzen.					
Durch meinen Körper bin ich für andere Menschen wertvoll.					
Auch wenn ich allein bin, mache ich mir Gedanken darüber, wie mein Körper auf andere wirkt.					

Bitte beantworte die folgenden Fragen / Aussagen wahrheitsgemäß.

	niemals	selten	manchmal	oft	immer
Auf Partys oder anderen sozialen Ereignissen vergleiche ich mein körperliches Aussehen mit dem Aussehen anderer.					
Das beste Mittel, um zu wissen, ob man übergewichtig oder untergewichtig ist, ist, die eigene Figur mit der Figur anderer zu vergleichen.					
Auf Partys oder anderen sozialen Ereignissen vergleiche ich wie gut ich angezogen bin, indem ich die Kleidung anderer beachte.					
Das eigene Aussehen mit dem Aussehen anderer zu vergleichen ist ein schlechter Weg, um zu bestimmen, ob man attraktiv oder unattraktiv ist.					
In sozialen Situationen vergleiche ich manchmal meine Figur mit der Figur anderer Leute.					

<u>Evaluation nur im Fragebogen für Interventionsgruppe bei der Posttestung</u>

Ich würde mich sehr freuen, wenn du deine Meinung zur Intervention schreibst.

Was hat die besonders gut bzw. gar nicht gefallen?

Denkst du es hat dir irgendetwas gebracht, daran teilzunehmen?

[freie Texteingabe]

Verabschiedung

Liebe Teilnehmerin,

ich bedanke mich bei dir für deine Bemühungen mich bei meiner Masterarbeit zu unterstützen.

Ich weiß es sehr zu schätzen, wie viel Zeit du investierst, um sowohl die Forschung als auch mein Vorhaben voranzutreiben.

Falls bei dir Fragen oder Bedenken aufgekommen sind, du wissen möchtest, zu welchen Ergebnissen ich gekommen bin oder bei jedem weiteren Anliegen, kannst du dich jederzeit an mich wenden (studie.koerperbild@t-online.de).

Vielen lieben Dank.

Julia Pauli

Anhang C: Links zu den präsentierten TikToks

Video 1

https://vm.tiktok.com/ZGeMb8QyF/

Video 2
https://vm.tiktok.com/ZGeMbecCu/

Video 3
https://vm.tiktok.com/ZGeMb2ybt/

Anhang D: Fragen für die Gruppendiskussion

1. Welche Schönheitsideale gelten aktuell?

2. Wie werden Frauen(-körper) in den sozialen Medien dargestellt?

3. Was macht das mit den Personen, die diese Bilder betrachten?

4. Was macht es mit den Personen, wenn sie ihren eigenen Körper damit vergleichen?

5. Welche Gefühle werden dadurch ausgelöst?

6. Was macht es mit dem Körperbild?

7. Zeigen diese Fotos / Videos wirklich typische Frauenkörper?

8. Sehen wirklich die meisten Frauen so aus?

Anhang E: Bodycsan und Achtsamkeitsübung

INFO Bodyscan T

Beim Body-Scan sind die Wahrnehmungen, die im eigenen Körper entstehen, der Gegenstand der Meditation. Die Imagination eines Lichtbandes ist dabei ein gutes (aber nicht zwingend erforderliches) Hilfsmittel. Beim Body-Scan wird der ganze Körper systematisch durchgegangen. Es handelt sich um eine Achtsamkeits- und nicht um eine Entspannungsübung, d.h. die intensivierte Wahrnehmung von Wohlbefinden, aber auch von Anspannung und Schmerz, sind mögliche (erwünschte) Ergebnisse. Während der ganzen Übung geht es nicht darum, etwas zu verändern oder zu erreichen. Es geht darum, einfach zu beobachten, was ist, und es von Augenblick zu Augenblick so anzunehmen, wie es ist. Sobald Sie merken, dass Gedanken oder Gefühle auftauchen, holen Sie Ihre Aufmerksamkeit zur jeweiligen Körperregion zurück. Im Folgenden ist eine relativ kurze Version für Meditationsanfänger dargestellt. Eine ausführlichere Version finden Sie bei Kabat-Zinn (1990).

(1) Nehmen Sie eine Körperhaltung ein, in der Sie einige Zeit bleiben können. Wenn Sie auf einem Stuhl sitzen, halten Sie die Wirbelsäule und den Kopf gerade (mit oder ohne Unterstützung), lassen Sie die Schultern hängen, legen Sie die Hände ineinander oder auf die Oberschenkel, achten Sie darauf, dass die Fußsohlen flach auf dem Boden aufliegen. Die Übung kann auch im Liegen durchgeführt werden.
(2) Schließen Sie Ihre Augen. Richten Sie Ihre Aufmerksamkeit zunächst auf Ihren Atem, wie er ein- und ausströmt, wie sich Ihre Brust und der Bauch mit jedem Atemzug bewegen. Lassen Sie den Atem kommen und gehen, Sie brauchen nichts dafür zu tun, er kommt von ganz alleine.
(3) Nutzen Sie jetzt Ihre Imagination und stellen Sie sich ein Band aus Licht vor. Dieses Band umkreist Ihren Kopf. Achten Sie dabei auf alle körperlichen Wahrnehmungen. *Pause*
(4) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihrer Nase, Ihrer Augen und Ihrer Ohren. *Pause*
(5) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihres Mundes, Ihrer Zunge, Ihrer Zähne und Ihres Nackens. *Pause*
(6) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihrer Schultern, Ihrer Oberarme, Ihrer Brust und Ihres Rückens. *Pause*
(7) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihrer Unterarme, Ihrer Handgelenke, Ihrer Hände und Ihrer Finger, konzentrieren Sie sich zuerst auf die rechte und dann auf die linke Hand. *Pause*
(8) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihres Bauches, Ihres Beckens und Ihres Gesäßes. *Pause*
(9) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihrer Oberschenkel. *Pause*
(10) Lassen Sie das Band etwas weiter nach unten wandern. Achten Sie jetzt auf Wahrnehmungen im Bereich Ihrer Knie, Ihrer Unterschenkel und Ihrer Füße. *Pause*
(11) Nachdem Sie auf diese Weise den ganzen Körper »abgetastet« haben, lassen Sie das Band jetzt größer werden und Ihren gesamten Körper umfassen. Achten Sie jetzt auf Ihr Körpergefühl als Ganzes. Der Atem fließt dabei frei durch den Körper hinein und hinaus.
(12) Verweilen Sie jetzt noch einige Zeit bei Ihrer Atmung und kommen Sie dann zum Schluss der Übung.

(Entnommen aus Faßbinder et al., 2015)

© Wunderer, Therapie-Tools Essstörungen. Beltz, 2019

Masterarbeit - Pauli - 05-01-2024

Achtsamkeitsübung

So geht's:

Legen Sie sich im Stehen, Sitzen oder Liegen die Hand auf den Bauch und achten Sie auf Ihren Atem: Lassen Sie ihn eine Weile kommen und gehen und dabei immer mehr in den Bauch, in den Unterleib fließen, immer tiefer werden. Spüren Sie, wie Ihre Bauchdecke sich im Rhythmus der Atmung hebt und senkt. Atmen Sie nun durch den Mund aus, indem Sie – ganz sanft, langsam und tief – so viel Luft wie möglich ausstoßen. Ihr Nabel zieht sich dabei ein, als sollte er in das Innere Ihres Körpers gebracht werden. Als Nächstes atmen Sie langsam durch die Nase ein uns lassen dabei Ihren Bauch sich wie einen kleinen Luftballon vorwölben. Spüren Sie, wie sich gleichzeitig auch Ihr unterer Rücken aufbläht. Dann atmen Sie wieder sanft durch den Mund aus, indem Sie dabei den Bauch einsinken lassen, als wollten Sie ihn in den Körper einziehen. Das Ausatmen sollte immer langsamer und länger dauern als das Einatmen. Genießen Sie das Gefühl der Befreiung, der Entspannung, das mit jeder Ausatmung einhergeht.

Üben Sie diese Bauchatmung ruhig zwei- bis dreimal am Tag.

Sind Sie erst einmal mit der Bauchatmung vertraut, gehen Sie zur nächsten Übung über: Zählen sie beim Atmen rückwärts von 10 bis 0.

Das geht so: Atmen Sie durch die Nase ein und wölben Sie den Bauch vor; halten Sie die Luft kurz an und sagen Sie dann innerlich 10, während Sie den Atem tief und langsam durch den Mund ausströmen lassen. Machen Sie eine kurze Pause von wenigen Sekunden und atmen Sie dann wieder in den Bauch hinein. Halten Sie kurz die Luft an und sagen Sie innerlich 9, während Sie den Atem durch den Mund wieder ausstoßen. Atmen Sie nach einer kleinen Pause ein, halten Sie die Luft an und sagen Sie sich innerlich die Zahl 8, während Sie die Luft aus der Tiefe wieder ausströmen lassen. Fahren Sie so mit dem Rückwärtszählen fort – 7, 6, 5, 4, 3, 2, 1, 0 -, während Sie den Atem regelmäßig ein- und ausströmen lassen. Spüren Sie, wie Sie sich zunehmend entspannen. Lockern Sie sich vollständig, während Sie ausatmen.

Jedes Mal, wenn Sie mit einer schwierigen Situation konfrontiert sind, richten Sie Ihre Aufmerksamkeit auf den Atem. Atmen Sie langsam ein und aus, tief, um die Gefühle der Verzweiflung besser wahr- und annehmen zu können. So werden Sie nach und nach immer stressresistenter. Machen Sie diese Übung immer bis zum Ende, damit Sie sich nicht um den Augenblick der Tiefenentspannung bringen.

Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe; die aus fremden Quellen (einschließlich elektronischer Quellen und dem Internet) direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind ausnahmslos als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher weder im Inland noch im Ausland in gleicher oder ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht physisch oder elektronisch veröffentlicht.

Schönbrunn am Lusen, den 14.06.2024

Ort, Datum

Unterschrift