

Social Media und die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher zwischen 15 und 19 Jahren im  
Bundesland Vorarlberg – Eine Photovoice Studie

MASTERARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

**Master of Public Health (MPH)**

im Rahmen des

**Master-Studiums**

**Public Health (M\_PH21)**

vorgelegt von

**Angelika Felder, BSc. (51805370)**

betreut von

Assoc. -Prof. Priv. Doz. MMag. Dr. Elisabeth Nöhammer

UMIT TIROL, Institut für Public Health, Medical Decision Making & HTA

Kristin Ganahl, MA

aks Gesundheit GmbH, Bereichsleitung aks Wissenschaft

vorgelegt an der

UMIT TIROL – Private Universität für Gesundheitswissenschaften und -technologie GmbH

Dornbirn, Dezember 2023

## **Betreuungsbestätigung**

Ich befürworte die Abgabe der vorliegenden Abschlussarbeit, welche von mir betreut und insgesamt positiv bewertet wurde.

---

Datum und Unterschrift der Betreuerin

## **Annahme Student Service**

am: \_\_\_\_\_

von: \_\_\_\_\_

## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die mich in der Zeit des Forschen und Anfertigen meiner Masterarbeit unterstützt und motiviert haben.

Ein besonderer Dank gebührt Assoc. -Prof. Priv. Doz. MMag. Dr. Elisabeth Nöhammer, die meine Masterarbeit betreut hat und stets konstruktive Kritik und hilfreiche Anregungen für mich bereithielt.

Weiters bedanken möchte ich mich bei der aks-Gesundheit GmbH, insbesondere bei Kristin Ganahl für die Zweitbetreuung und für die Möglichkeit eine Photovoice Studie eingebettet in ein Gesundheitsförderungsprojekt durchführen zu können und somit einen direkten Beitrag in der Gesundheitsförderung junger Menschen leisten zu können.

Ein weiterer Dank gilt allen Jugendlichen Co- und Peerforscher\*innen, die mich im partizipativen Forschungsprozess begleitet haben. Ohne sie wäre die Entstehung dieser Masterarbeit nicht möglich gewesen.

Ebenfalls bedanken möchte ich mich bei denjenigen, die meine Masterarbeit Korrekturgelesen haben.

Zu guter Letzt möchte ich mich bei meiner Familie und meinen Freund\*innen bedanken, die mich während dieser Zeit stetig motiviert haben und immer ein offenes Ohr für mich hatten.

Angelika Felder

Dornbirn, am 30.12.2023

## **Zusammenfassung**

**Problemstellung:** Studien zeigen einen zunehmenden Einfluss der Social Media Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen auf deren psychische Gesundheit, im Besonderen auf die Körperbildwahrnehmung. Vergleiche mit dünnen fitten Schönheitsidealen, die speziell durch Influencer\*innen häufig vermittelt werden, können laut aktueller Studienlage zu Depressionen, Angstzuständen oder Essstörungen junger Menschen führen.

**Methoden:** Durch die partizipative Photovoice Methode soll die Lebenswelt Social Media Jugendlicher zwischen 15 und 19 Jahren im Bundesland Vorarlberg aufgezeigt werden, um Informationen für die Implementierung zukünftiger Forschung und Gesundheitsförderungsmaßnahmen zu erhalten. Setting-orientiertes Wissen wird aus einer partizipativen Analyse mit den Jugendlichen und aus einer zusätzlichen vertiefenden Inhaltsanalyse generiert.

**Ergebnisse:** Insgesamt nahmen 13 Jugendliche (4 männlich, 9 weiblich) an der Photovoice Studie teil. Die Ergebnisse zeigen eine sehr individuelle Social Media Nutzung der Teilnehmenden. Zusammenfassend zeigt sich, dass aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends als schwächend auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher empfunden werden. Das In-den-Mittelpunkt-Stellen des Körpers, Schönheitsideale, Aussehensvergleiche und ein Kontroll- und Realitätsverlust werden als Beispiele genannt. Zum anderen werden Body Positivity Inhalte und nicht direkt aussehensbezogene Inhalte auf Social Media als stärkend auf die Körperbildwahrnehmung der Teilnehmenden beschrieben. Inhalte, die das Wohlfühlen im eigenen Körper vermitteln, werden hier als Beispiele genannt.

**Diskussion/Schlussfolgerung:** Die Ergebnisse zeigen für die Public Health Forschung wichtige Informationen für die Förderung eines positiven Körperselbstbildes Jugendlicher. Gemeinsam mit aktuellen Studien ergibt sich aus den Ergebnissen der Masterarbeit die Ableitung eines Risiko-Chancenkreislaufmodells von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher. Eine hohe Selbstreflexionsfähigkeit Jugendlicher kann weiters dazu führen, dass nicht direkt aussehensbezogene Inhalte und Body Positivity Inhalte auf Social Media bevorzugt konsumiert werden und aussehensbezogene Inhalte kritisch gesehen werden. Um diese Annahmen zu überprüfen, bedarf es weiterer Studien.

**Schlüsselbegriffe:** Körperbildwahrnehmung, Jugendliche, Social Media, Photovoice-Methode

## **Abstract**

**Problem:** Studies have shown that social media, especially the body image portrayed online, have an increasing influence on the mental health of children and adolescents. Comparing themselves with skinny and fit beauty ideals can lead to depression, anxiety or eating disorders among young people. Exactly these beauty ideals are, however, often conveyed by influencers.

**Methodology:** This thesis explores the social media environment of adolescents aged from 15 to 19 in the county of Vorarlberg (Austria) using the photovoice method. Setting-oriented knowledge is generated from a participatory analysis with young people. In a further step, an in-depth content analysis is carried out. This provides information for future research and health promotion measures.

**Results:** 13 (4 males, 9 females) adolescents took part in the photovoice study. Results show that participants use social media highly individually. Appearance-related social media activities and trends have a debilitating effect on body image perception. Beauty ideals, appearance-related comparisons, a loss of control and reality as well as the fact that the body becomes the center of attention when consuming social media are described as effects by the participants. Body positivity and social media activities or trends, which do not directly focus on appearance, on the other hand, strengthen the body image of participants.

**Discussion and conclusion:** The results of this study provide an important basis for a positive body self-image in young people, which is especially important for research in the public health sector. From this master thesis and current studies a risk-opportunity cycle model of social media on young people's body image perception can be derived. Also, results have shown that the ability to self-reflect leads to a more differentiated consumption of directly appearance-related content. Consequently, body positivity content, which does not directly refer to appearance, is consumed more often. Further research is needed to test these assumptions.

**key terms:** body image, adolescents, social media, photovoice-method

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
2	Theoretischer Hintergrund und Stand der Forschung .....	3
2.1	Theoretischer Hintergrund.....	3
2.1.1	Gesundheit im Jugendalter.....	3
2.1.2	Entwicklung des Selbstbildes und der eigenen Identität im Jugendalter .....	4
2.1.3	Körperbilder und der „body turn“ der modernen Gesellschaft .....	5
2.2	Aktueller Stand der Forschung .....	7
2.2.1	Aktuelle Daten zur Social Media Nutzung Jugendlicher.....	7
2.2.1.1	Nutzung in der EU.....	7
2.2.1.2	Nutzung in Österreich.....	7
2.2.2	Social Media Nutzung und deren Folgen auf das mentale Wohlbefinden Jugendlicher.....	8
2.2.3	Social Media und deren Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung junger Menschen.....	9
2.2.3.1	Theoriemodell des Risikoreislaufes von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung und Pathologie von Essstörungen .....	9
2.2.3.2	Vergleich und Perfektionsdruck.....	11
2.2.3.3	Die Bedeutung von Influencer*innen .....	12
2.2.3.4	Geschlechterunterschiede?.....	13
2.2.4	Protektive Faktoren und Social Media .....	13
3	Problem- und Zielstellung.....	14
4	Die Photovoice Methode .....	17
4.1	Entwicklung der Photovoice Methode.....	17
4.2	Photovoice Forschung mit Kindern und Jugendlichen .....	21
5	Methodik der Masterarbeit.....	22
5.1	Einbettung in das Projekt #body_? .....	22
5.2	Zielgruppe/Studienpopulation.....	23
5.3	Vorgehensweise der partizipativen Umsetzung der Photovoice .....	24
5.3.1	Kick-off Termin .....	24
5.3.2	Workshop Recht am Bild.....	24
5.3.3	Bildaufnahme .....	25
5.3.4	Partizipative Analyse .....	25
5.3.4.1	Erster Teil: Gruppeninterviews, Selektion und Kontext.....	26
5.3.4.2	Zweiter Teil: Diskussionsrunden, Kodierung.....	26
5.4	Vertiefende inhaltliche Datenanalyse und Zusammenführen von partizipativer und inhaltlicher Datenanalyse .....	27

5.5	Berücksichtigung ethischer Grundlagen/Prüfung durch eine freiwillige Ethikkommission (RCSEQ) .....	28
5.5.1	Datenbeschreibung und Datenumgang .....	28
5.5.2	Maßnahmen zum Schutz der Jugendlichen und jungen Erwachsenen .....	28
6	Ergebnisse .....	29
6.1	Die Bildserien der partizipativen Analyse.....	30
6.2	Codesystem .....	31
6.3	Individuelle Motivation und individueller Social Media Konsum .....	32
6.4	Social Media Aktivitäten und Trends .....	35
6.5	Körper und aussehensbezogene Social Media Wirkungen.....	36
6.6	Body Positivity Wirkungen .....	40
6.7	Body Neutrality.....	41
6.8	Lösungsvorschläge .....	42
7	Diskussion.....	43
7.1	Social Media Aktivitäten, Trends und deren unterschiedliche Rollen in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher .....	43
7.2	Risiko- und Chancenkreislauf der Social Media Nutzung auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher .....	46
7.3	Verhaltensmuster im Risikokreislauf Social Media - Körperbildwahrnehmung .....	49
7.3.1	Der Körper steht im Mittelpunkt – Objektivierung auf Social Media.....	49
7.3.2	Aussehensvergleiche .....	50
7.3.3	Schönheitsideale auf Social Media – Die Verinnerlichung eines dünnen und fitten Körperideals .....	50
7.4	Realitätsverlust, Kontrollverlust und Konsummengen auf Social Media.....	52
7.5	Die stärkende Rolle von Body Positivity in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher .....	54
7.5.1	Aussehensbezogene Inhalte vs. Body Positivity.....	54
7.5.2	Body Positivity spielt eine stärkende Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher.....	55
7.6	Die stärkende Rolle der Selbstreflexion in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher 57	
7.6.1	Body Neutrality.....	57
7.6.2	Selbstreflexion.....	58
7.6.3	Die Photovoice Methode als gesundheitsförderliche Maßnahme um die Selbstreflexionsfähigkeit Jugendlicher zu stärken.....	59
8	Limitationen.....	60
9	Schlussfolgerung und Beantwortung der Forschungsfragen.....	62
10	Literaturverzeichnis / References .....	65
11	Bilderverzeichnis: .....	73
12	Anhang / Appendix .....	75

12.1	Tabelle Bildserien .....	75
12.2	Informierte Einwilligungserklärung Jugendliche .....	79
12.3	Elterninformation .....	86
12.4	Briefing zur Aufgabenstellung für teilnehmende Jugendliche.....	91
13	Curriculum Vitae.....	94
14	Rolle des Studierenden / Role of the Student.....	95
15	Eidesstattliche Erklärung.....	96

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Theoriemodell: „A self-perpetuating cycle of risk to show the relationship between social media usage, body image and eating disorder pathology“ (Dane & Bhatia, 2023, S.15).....	10
Abbildung 2: Symbolbild Pixabay (2023a) .....	32
Abbildung 4: Symbolbilder Pixabay (2023b) .....	33
Abbildung 3: Symbolbild Pixabay (2023c).....	33
Abbildung 5: Symbolbild Pixabay (2023d) .....	33
Abbildung 6: Symbolbild Pixabay (2023e) .....	34
Abbildung 7: Symbolbild Pixabay (2023c).....	37
Abbildung 8: Symbolbild Pixabay (2023f) .....	38
Abbildung 9: Symbolbild Pixabay (2023g) .....	40
Abbildung 10: Symbolbild Pixabay (2023h) .....	41
Abbildung 11: Symbolbild Pixabay (2023i).....	41
Abbildung 12: Risiko-Chancenkreislaufmodell von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher (eigene Darstellung).....	46
Abbildung 13: Symbolbild Pixabay (2023g) .....	76
Abbildung 14: Symbolbild Pixabay (2023j).....	75
Abbildung 15: Symbolbild Pixabay (2023a) .....	76
Abbildung 16: Symbolbild Pixabay (2023k).....	76
Abbildung 17: Symbolbild Pixabay (2023c).....	76
Abbildung 18: Symbolbild Pixabay (2023i).....	77
Abbildung 19: Symbolbild Pixabay (2023d) .....	77
Abbildung 20: Symbolbild Pixabay (2023m) .....	77
Abbildung 21: Symbolbild Pixabay (2023l).....	77
Abbildung 22: Symbolbild Pixabay (2023e) .....	78
Abbildung 23: Symbolbild Pixabay (2023b) .....	78
Abbildung 24: Symbolbild Pixabay (2023f) .....	78
Abbildung 25: Symbolbild Pixabay (2023h) .....	78

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bildbeschreibung der Bildserien (Kapitel 6.1).....	78
---	----

## Abkürzungsverzeichnis:

BMSGPK	Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
EU	Europäische Union
FGÖ	Fond Gesundes Österreich
GÖG	Gesundheit Österreich GmbH
HBSC	Health Behaviour in School-aged Children (-Studie)
NHS	National Health Service
WHO	World Health Organization

# 1 Einleitung

Eine hohe tägliche Nutzungsdauer von Social Media Plattformen durch Kinder und Jugendliche in Österreich und der EU (Europäische Union) (Mittischeck et al., 2022; Smahel et al., 2020) zeigt, dass Social Media eine zunehmend wichtiger Lebensbereich für Kinder und Jugendliche darstellt. Bis zu ca. zweieinhalb Stunden täglich sind Kinder und Jugendliche in Österreich auf Social Media Plattformen online (Mittischeck et al., 2022).

Wie verschiedene Studien zeigen, wirkt sich diese in der Social Media Lebenswelt verbrachte Zeit jedoch zunehmend auf die mentale Gesundheit Kinder und Jugendlicher aus (Bozzola et al., 2022; Hjetland et al., 2021; Skogen et al., 2021; Weinstein, 2018). Insbesondere die Körperbildwahrnehmung junger Menschen wird durch die Nutzung von Social Media Plattformen beeinflusst. Bekannte Influencer\*innen auf Social Media präsentieren Schönheitsideale, die Gesundheit mit durchtrainierten Körpern mit wenig Fettanteil und strikten Ernährungsplänen gleichstellen (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019). Der Vergleich junger Menschen mit diesen Schönheitsideale und Körperbildern kann eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper auslösen und die mentale Gesundheit von Kindern und Jugendlichen beeinträchtigen. Depressionen, Angststörungen oder Essstörungen können entstehen (Bozzola et al., 2022; Dane & Bhatia, 2023; Hjetland et al., 2021; Papageorgiou et al., 2022; Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023; Yurdagül et al., 2021). Dadurch, dass in der Lebensphase der Adoleszenz die Entwicklung des Selbstbildes eine der zentralen Entwicklungsaufgaben darstellt (Hannover et al., 2018; Lohaus & Vierhaus, 2019; Siegler et al., 2021; Thomsen et al., 2018) und psychische Belastungen in dieser Zeit ernstzunehmende Verunsicherungen und Krisen bei Jugendlichen auslösen können (Faltermaier, 2005), sind Jugendliche in ihrem Social Media Konsum somit einem potenziellen gesundheitlichem Risikokreislauf ausgesetzt (Dane & Bhatia, 2023).

Dies stellt aus Public Health Sicht eine zunehmende Problematik dar. In aktuellen Public-Health relevanten Veröffentlichungen wird daher aufgrund der genannten Problematik hervorgehoben, dass junge Menschen gefördert werden sollen, ein kritisches Bewusstsein, Verständnis, und Aufmerksamkeit für Social Media, für die mentale Gesundheit und für die Entwicklung eines positiven Körperselbstbildes zu entwickeln (Bozzola et al., 2022, 2022; Papageorgiou et al., 2022; Skogen et al., 2021). Auch die Bedeutung der Auseinandersetzung und Verständnisentwicklung der Social Media Lebenswelt durch Eltern, Lehrpersonen und Politik wird diskutiert (Hjetland et al., 2021; Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019).

Ziel der vorliegenden Masterarbeit ist es, hier anzusetzen und setting-orientierte Informationen der Social Media Lebenswelt Jugendlicher und junger Erwachsener im Bundesland Vorarlberg aus erster Hand zu generieren. Diese Informationen sollen in weiterer Folge dazu dienen, Jugendliche und junge Erwachsene in der Entwicklung eines positiven Körperelbstbildes zu unterstützen und zu stärken. Folgende Forschungsfragen werden daher bearbeitet:

*Welche Rolle spielen Social Media Plattformen in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und junger Erwachsener zwischen 15 und 19 Jahren im Bundesland Vorarlberg?*

*Inwieweit beeinflussen Social Media Plattformen Jugendliche in Vorarlberg darin, wie zufrieden sie sich in ihrem Körper fühlen?*

*Inwieweit sind sich Jugendliche in Vorarlberg der von Influencer\*innen häufig propagierten Gleichstellung von Aussehen und physischer und psychischer Gesundheit bewusst?*

Die Forschungsfragen und Zielsetzung der vorliegenden Masterarbeit verlangen einen qualitativen Forschungsansatz. Durch die Umsetzung der Photovoice Methode wird in Form eines partizipativen qualitativen Forschungsansatzes, zielgruppenorientiertes Wissen erarbeitet, das Aufschluss über die Lebenswelt der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ergibt. Durch das methodische Vorgehen der Photovoice Methode werden zudem wichtige Eigenschaften der Gesundheitsförderung, wie beispielsweise ein starker Fokus auf die Zielgruppenorientierung, Partizipation und Empowerment berücksichtigt. Um den Weg zur oben genannten Zielsetzung aufzuzeigen, gliedert sich die nachfolgende Masterarbeit wie folgt:

Nach einer Einführung in den theoretischen Hintergrund und aktuellen Forschungsstand folgt im Kapitel Problemstellung die Darstellung der Forschungsfragen und der detaillierten Zielsetzung der Arbeit. Im Anschluss werden die Photovoice Methode im Allgemeinen, sowie die methodische Vorgehensweise in der Masterarbeit beschrieben. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Photovoice Forschung dargestellt und im Kapitel „Diskussion“ mit dem aktuellen Literaturstand diskutiert. Im Kapitel „Schlussfolgerung“ erfolgt die Beantwortung der Forschungsfragen der Masterarbeit und ein Ausblick für weitere (Gesundheits-)Forschung in diesem Themenfeld.

## 2 Theoretischer Hintergrund und Stand der Forschung

Im Kapitel theoretischer und inhaltlicher Stand der Forschung folgt zunächst eine kurze Einführung zum theoretischen Hintergrund der vorliegenden Masterarbeit. Im Anschluss folgt ein aktueller inhaltlicher Stand der Forschung.

### 2.1 Theoretischer Hintergrund

In diesem Kapitel wird erläutert, welche Rolle Gesundheit und die Entwicklung des Selbstbildes und der Identität in der jugendlichen Entwicklung spielen. Im Anschluss folgt eine Beschreibung der Rolle von Körperbildern in der Gesellschaft und in den sozialen Medien.

#### 2.1.1 Gesundheit im Jugendalter

Das Jugendalter stellt eine Lebensphase dar, die überwiegend in Gesundheit verbracht wird. Im Vergleich zu anderen Altersspannen fallen Krankheits- und Mortalitätsraten niedrig aus. Jedoch spielt auch im Jugendalter die Gesundheit eine wichtige Rolle, da sich in dieser Lebensphase grundlegende Einstellungen zum Körper und zu Gesundheit und Krankheit formen (Faltermaier, 2005). So ist das Jugendalter beispielsweise eine sehr sensible Phase in Bezug darauf, sich gesundheitsriskantes Verhalten anzueignen (Boeger & Lüdmann, 2022; Faltermaier, 2005).

Dies spiegelt sich auch in den österreichischen Ergebnissen der aktuellen HBSC (Health Behaviour in School-aged Children) -Studie 2021/22 wider. Zwischen 74% und 90% der 7.099 befragten Schüler:innen im Alter von 11,13, 15 und 17 Jahren) bewerten ihren eigenen Gesundheitsstatus als ausgezeichnet oder gut. Zwischen 47 % und 69 % der Befragten gaben an, sich innerhalb von einem Jahr so verletzt zu haben, sodass sie sich folglich einer Behandlung unterziehen mussten. Zirka ein Fünftel der befragten Kinder und Jugendlichen gab laut den Ergebnissen der HBSC-Studienergebnisse Österreichs an, an einer lang andauernden bzw. chronischen Erkrankung oder Belastung zu leiden. Die Ergebnisse berichteten auch, dass 22% der weiblichen und 10% der männlichen Teilnehmenden gemäß WHO (World Health Organization) -5 Auswertungsmanual möglicherweise an einer depressiven Verstimmung oder Depression leiden (Felder-Puig et al., 2023a).

Neben Verletzungen und chronischen Erkrankungen, machen also auch Beeinträchtigungen der mentalen Gesundheit einen nennenswerten Anteil der Gesundheitsbeeinträchtigungen der Kinder und Jugendlichen in Österreich aus. Laut Faltermeier stehen psychische und psychosomatische Störungen vor allem im Jugendalter im Vordergrund der gesundheitlichen Probleme. Faltermeier beschreibt hier bereits im Jahr 2005 einen steigenden Trend und betont die Bedeutung um das Wissen der psychischen Belastungen, denen Jugendliche ausgesetzt sind (Faltermaier, 2005). Aber auch Bewältigungsstrategien der Jugendlichen selbst spielen eine bedeutende Rolle im Umgang mit ebendiesen psychischen Belastungen (Faltermaier, 2005; Thomsen et al., 2018).

Belastungen können sich als Verunsicherung in der Identitätsentwicklung zeigen. Körperliche Veränderungen, Veränderungen im sozialen Umfeld, und auch die dazu gehörenden Veränderungen der sozialen Erwartungen an Jugendliche können in dieser Altersspanne Verunsicherungen und Krisen auslösen (Hannover et al., 2018; Thomsen et al., 2018). Diese starke Sensibilisierung für *„körperliche Veränderungen und die Herausbildung einer eigenen Identität machen das Jugendalter zu einer für die Gesundheit sehr bedeutungsvollen Lebensphase“* (Faltermaier, 2005, S. 243). Hier mit Gesundheitsförderung anzusetzen und die Jugendlichen und ihren Ressourcen zu stärken kann nicht nur unmittelbare, sondern auch langfristig sehr positive gesundheitliche und selbstbildbezogene Folgen haben.

### 2.1.2 Entwicklung des Selbstbildes und der eigenen Identität im Jugendalter

Die Entwicklung und die Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbst und der eigenen Identität sind zentrale Entwicklungsaufgaben im Jugendalter (Hannover et al., 2018; Lohaus & Vierhaus, 2019; Siegler et al., 2021; Thomsen et al., 2018). Ausgelöste Verunsicherungen in diesem Kontext lassen sich oft auf verändernde persönliche Ressourcen in der Zeit der Identitätsentwicklung zurückführen. (Faltermaier, 2005). Beispiele dafür sind Selbstwertgefühl, Überzeugung der eigenen Kompetenzen aber auch soziale Unterstützungssysteme (Faltermaier, 2005; Thomsen et al., 2018).

Eine wichtige Rolle in der Zeit der Identitätsentwicklung spielt der Körper. Körper und Identität hängen eng zusammen, da Jugendliche häufig durch ihren Körper (Kleidung, Schmuck, etc.) ihre Identität ausdrücken (Boeger & Lüdmann, 2022). Die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper und ob man für andere körperlich attraktiv wirkt, sind bedeutende Faktoren in der Identitätsentwicklung junger Menschen (Faltermaier, 2005; Siegler et al., 2021). Gelingt es Jugendlichen nicht sich selbst und ihren eigenen Körper zu akzeptieren, kann dies auch zu gesundheitsbezogenen Verhaltensänderungen führen, die im Extremfall unter anderem zu Essstörungen führen können (Thomsen et al., 2018).

Betrachtet man die Bedeutung der Körperzufriedenheit in der Gesundheit junger Menschen, so zeigen aktuelle Daten zur Körperzufriedenheit aus Österreich einen besorgniserregenden Trend: Laut des HBSC Factsheet 02 fühlen sich zwischen 31% und 48% der, in der HBSC Erhebung 2021/22, befragten weiblichen Schülerinnen und Lehrlinge als (viel) zu dick. Bei den männlichen Schülerinnen und Lehrlinge fühlen sich zwischen 27% und 35% (viel) zu dick. Zudem zeigt sich, dass dies meist trotz Normalgewicht der Fall ist. Auch steigt die Körperunzufriedenheit mit dem Alter, insbesondere bei Mädchen und jungen Frauen (Felder-Puig et al., 2023b).

Ebenfalls identitätsstiftend sind empfundene bzw. gewünschte Gruppenzugehörigkeiten. Gruppentypische Interessen und Verhaltensweisen spielen bei der Entwicklung des Selbstbildes Jugendlicher eine große Rolle, da das Selbstbild unter anderem über Interessen und Verhaltensweisen entwickelt wird. So wird das Selbstbild von den Jugendlichen reguliert und weiterentwickelt und kann so nach außen hin dargestellt werden. (Hannover et al., 2018). Daher sind Peergruppen wichtige Impulsgeber\*innen in der Entwicklung der eigenen Identität und des eigenen Selbstbildes Jugendlicher (Hannover et al., 2018; Siegler et al., 2021). Aber auch die Gesellschaft hat Einfluss auf die Wertigkeit und Wünsche bzgl. des Körperbildes. Darauf bezieht sich der folgende Absatz.

### 2.1.3 Körperbilder und der „body turn“ der modernen Gesellschaft

In der Wahrnehmungspsychologie stehen die Begriffe Körperschema und Körperbild laut Schönhammer für ein „(inneres) Modell des eigenen Körpers, in das die verschiedenen Momente des Spürens einfließen“ (Schönhammer, 2013, S. 25). Hier spielt die eigene visuelle Wahrnehmung eine Rolle, wobei der später eingeführte Begriff Körperbild am ehesten für das visuelle Erscheinungsbild gilt und weniger dafür, wie der Körper gefühlt wird. Die Körperbildwahrnehmung spielt laut Schönhammer in der Kultur eine große Rolle. In der westlichen Kultur ist diese Wahrnehmung stark visuell geprägt (Schönhammer, 2013).

Betrachtet man das Thema um den eigenen Körper aus Sicht der Soziologie, so wird auch hier davon gesprochen, dass die Wahrnehmung moderner Gesellschaften von Personen im Allgemeinen stark körperorientiert ist. Hier etablierte sich in den 1970er und 1980er Jahren der Begriff „body turn“. Dieser Begriff beschreibt, dass der menschliche Körper vermehrt ins Zentrum der gesellschaftlichen und individuellen Aufmerksamkeit gewandert ist. Ein Rolle spielen hier, aus der Soziologie betrachtet soziale und kulturelle Entwicklungen, wie beispielsweise der Rückgang körperlicher Arbeit und die Zunahme geistiger Arbeit, die gesellschaftliche Individualisierung, die Konsumkultur und die Bedeutung von Massenmedien und Social Media (Gugutzer, 2022).

In den vergangenen Jahrzehnten entwickelte vor allem der schlanke, athletische, fitte und gesunde Körper große Bedeutung sowie auch die Erhaltung eines solchen Körpers (Dimitriou, 2019; Gugutzer, 2022). Dies wird durch oben genannte kulturelle Entwicklungen wie die Massenmedien und Social Media auch medial transportiert. In den letzten Jahren spielen der Körper und der Körper als Objekt der Selbstdarstellung eine zunehmend wichtige Rolle in Social Media (Gugutzer, 2022; Schreiber, 2021). Auf Plattformen wie Instagram, TikTok, Snapchat, Youtube etc., setzen hauptsächlich junge Menschen sich ,vor allem körperlich, in Szene. Auch folgen viele junge Menschen Personen, die das machen. Gugutzer beschreibt dieses Phänomen wie folgt: *„Aufgrund der weltweiten Reichweite und einer auf Dauer gestellten Aktualität tragen die Körperbilder sozialer Medien zu einer hoch dynamischen, verkörperten Netzwerk(welt)ge-sellschaft bei“* (Gugutzer, 2022, S.62). Somit stellen Körperbilder in Social Media bereits einen wesentlichen Bestandteil im täglichen Leben unserer Gesellschaft dar. Welche Wirkung das insbesondere auf die Kinder und Jugendlichen hat, im Besonderen auf deren Gesundheit, wird nun im nachfolgenden Kapitel näher aufgezeigt und beschrieben.

## 2.2 Aktueller Stand der Forschung

Im Kapitel aktueller Stand der Forschung werden einleitend aktuelle Daten zur Social Media Nutzung Jugendlicher beschrieben. Im Anschluss werden Auswirkungen von Social Media Plattformen auf das mentale Wohlbefinden und die Selbstwahrnehmung Jugendlicher aufgezeigt.

### 2.2.1 Aktuelle Daten zur Social Media Nutzung Jugendlicher

Nachfolgend werden nun aktuelle Daten zur Social Media Nutzung Jugendlicher in der EU und Österreich dargestellt, um das Ausmaß der Bedeutung des Bereiches darzustellen.

#### 2.2.1.1 Nutzung in der EU

Betrachtet man Daten der generell online verbrachten Zeit Kinder und Jugendlicher, so lässt sich am Beispiel des EU Kids Surveys 2019 (Umfrage an der 25.101 Schüler\*innen aus 19 europäischen Ländern zwischen 9 und 17 Jahren teilgenommen haben) erkennen, dass der Social Media Konsum Jugendlicher im Alter von 9 bis 17 Jahren im Vergleich zum vorherigen Survey von 2010 angestiegen ist. Die von den Teilnehmenden geschätzte Dauer, die pro Tag online verbracht wird, variierte in der Befragung zwischen 134 und 219 Minuten (Durchschnitt 167min) (Smahel et al., 2020).

Die Anzahl der Kinder und Jugendlichen zwischen 9 und 16 Jahren, die täglich oder öfter Social Media Plattformen nutzen, schwankt zwischen 38% und 73%. In jedem, der am Survey teilnehmenden Länder mit Ausnahme von Spanien, verwendeten mehr als die Hälfte der befragten Kinder und Jugendlichen (Durchschnitt 66%) zumindest einmal in der Woche Social Media Plattformen. Dabei ist zu beobachten, dass die Nutzung ebendieser Social Media Plattformen mit zunehmendem Alter der Befragten ansteigt (Smahel et al., 2020).

#### 2.2.1.2 Nutzung in Österreich

Die Eko-K.I.S.S. Studie, eine österreichischen Studie, erhob im mixed-method Verfahren Informationen für ein besseres Verständnis der digitalen Lebensrealität junger Menschen, um Pädagog\*innen dahingehend zu unterstützen, diese Informationen im Schulalltag beachten zu können. Die Ergebnisse des Online-Fragebogens der Studie zeigten, dass die befragten Kinder und Jugendlichen (838 Schüler\*innen zwischen 10 und >18 Jahren aus der Steiermark/Österreich) pro Tag für ca. 2,5 Stunden auf Social Media unterwegs sind (Mittischek et al., 2022).

Der Bericht des Jugend-Internet-Monitor 2023 zeigt, dass bekannte Social Media Plattformen bei 400 befragten Jugendlichen (Online-Umfrage in Österreich) zwischen 11 und 17 Jahren von um die 70% (TikTok, Instagram) bis zu über 90% (Youtube, WhatsApp) der Jugendlichen in Österreich genutzt werden (Institut für Jugendkulturforschung, 2023). Welche Inhalte konsumiert werden, hat Einfluss auf die Konsequenzen der Nutzung, auch gesundheitlich.

## 2.2.2 Social Media Nutzung und deren Folgen auf das mentale Wohlbefinden Jugendlicher

Betrachtet man die Daten aktueller Studien, so werden neben positiven Auswirkungen von Social Media wie beispielsweise Zugehörigkeitsgefühl, Inspiration, Unterhaltung oder Bestätigung, vermehrt negative Auswirkungen der Social Media Nutzung auf die mentale Gesundheit und das Wohlbefinden von Jugendlichen wie beispielsweise Angststörungen, Stress, Schlafstörungen, Störungen in der Körperbildwahrnehmung oder Suchtprobleme beschrieben (Bozzola et al., 2022; Hjetland et al., 2021; Skogen et al., 2021; Weinstein, 2018).

Jedoch ist eine Nutzung von Social Media für Jugendliche selbstverständlich. Für sie stellen Social Media Plattformen unter anderem ein wichtiges Tool dar, um mit ihren Peers verbunden zu sein (Hjetland et al., 2021). Im Hinblick auf die Selbstverständlichkeit der Social Media Nutzung durch junge Menschen, stellt somit auch eine exzessive oder unsachgemäße Benutzung ebendieser Plattformen einen Risikofaktor für die mentale Gesundheit Jugendlicher dar. Insbesondere für Erkrankungen wie Suchtverhalten, Angststörungen oder Depressionen (Bozzola et al., 2022). Angstzustände oder Depressionen stehen unter anderem auch in Zusammenhang mit einer erhöhten Aufmerksamkeit auf die eigene Selbstdarstellung Jugendlicher auf Social Media Plattformen. Je mehr Jugendliche den Fokus auf ihre generelle Selbstdarstellung auf Social Media legen, desto größer sind laut Skogen et al. die Auswirkungen auf die psychische Gesundheit junger Menschen, insbesondere bei Nutzung visueller Plattformen wie Instagram oder TikTok (Skogen et al., 2021).

### 2.2.3 Social Media und deren Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung junger Menschen

Studien beschreiben, neben Auswirkungen der Social Media Nutzung auf das allgemeine mentale Wohlbefinden Jugendlicher, vermehrt, dass auch die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher durch die Social Media Nutzung beeinflusst wird (Dane & Bhatia, 2023; Hjetland et al., 2021; Papageorgiou et al., 2022; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023; Yurdagül et al., 2021). Yurdagül et al. zeigen beispielsweise auf, dass eine durch Social Media entstehende Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper, häufig eine Erklärung für psychische Erkrankungen wie Depressionen oder Angstzustände darstellt.

Ebenso beschreiben auch Dane & Bathia in ihrer Review eine hohe Prävalenz der Körperunzufriedenheit bei Social Media Nutzer\*innen und deren Folgen auf die mentale Gesundheit (Dane & Bhatia, 2023; Yurdagül et al., 2021). Dies wurde auch theoretisch bearbeitet, wie im nächsten Abschnitt aufgegriffen.

#### *2.2.3.1 Theoriemodell des Risikoreislaufes von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung und Pathologie von Essstörungen*

Durch die häufige und weit verbreitete weltweite Social Media Nutzung junger Menschen, könnten laut Dane & Bhatia viele Jugendliche einem sich ständig fortsetzenden Risikokreislauf ausgesetzt sein. Die Autor\*innen beschreiben beispielsweise, dass die Nutzung von Social Media im Kontext verschiedener Nutzungsmerkmale, Aktivitäten und Trends über Mediatoren eine Körperunzufriedenheit auslösen kann. Die Überlegungen hinsichtlich der Zusammenhänge wurden grafisch aufbereitet, wie in der untenstehenden Abbildung des Theoriemodells der Autor\*innen dargestellt wird (Dane & Bathia, 2023, S.15). (Abbildung 1, nächste Seite)

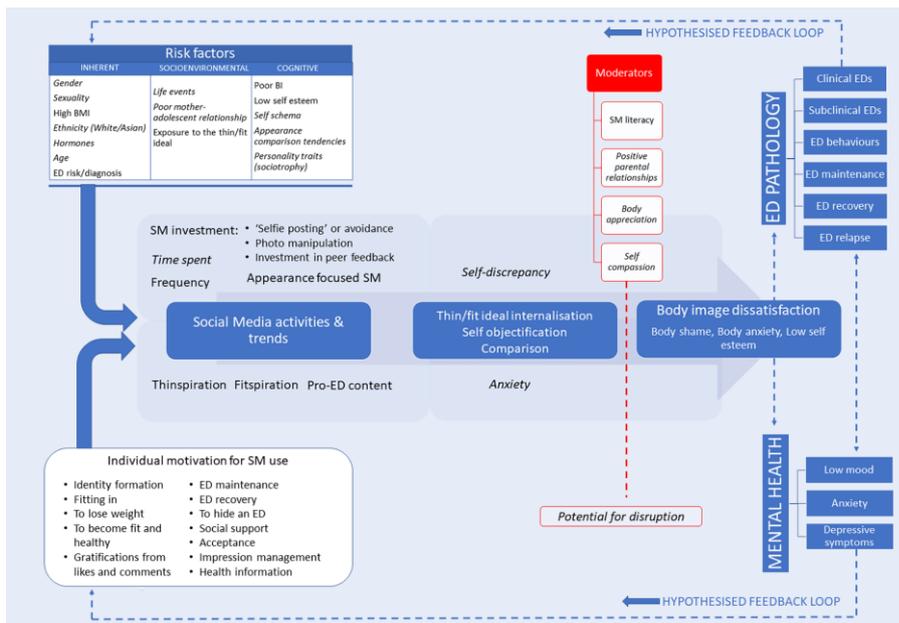


Abbildung 1: Theoriemodell: „A self-perpetuating cycle of risk to show the relationship between social media usage, body image and eating disorder pathology“ (Dane & Bhatia, 2023, S.15)

Das Modell zeigt einen Risikokreislauf von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung junger Menschen. Dieser basiert auf den Ergebnissen eines Scoping Review der Autor\*innen Dane & Bhatia (2023) und dem theoretischen Modell „*The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use, Part II: An Integrated Theoretical Model*“ (Rodgers, 2016).

Social Media Aktivitäten und Trends können über Internalisation dünner, fitter Körper, Selbstobjektifizierung und Aussehensvergleiche zu Körperunzufriedenheit, bis hin zu psychischen Erkrankungen führen. Diese Beeinträchtigungen der mentalen Gesundheit haben wiederum Einfluss darauf, welche Social Media Aktivitäten und Trends konsumiert werden. Es entsteht ein sich stetig wiederholender Risikokreislauf. Zeitgleich zeigen die Autor\*innen Dane & Bhatia aber auch Moderatoren auf, die das Potenzial haben, diesen Risikokreislauf und somit auch die negativen Auswirkungen von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung zu unterbrechen (Dane & Bhatia, 2023).

Gut untersucht sind hinsichtlich des Impacts von Social Media und der Körperbildwahrnehmung junger Menschen auch Themen wie (Aussehens-)vergleiche und Perfektionsdruck. Diese werden nun nachfolgend genauer beschrieben.

### 2.2.3.2 *Vergleich und Perfektionsdruck*

Wie auch Dane & Bathia in ihrem Risikokreislauf darstellen, beschreiben verschiedene Publikationen, dass negative Gefühle aufgrund von Vergleichen mit dem Aussehen Anderer zu einer beeinträchtigten, emotionalen Gesundheit führen können (Dane & Bhatia, 2023; Hjetland et al., 2021; Jiotsa et al., 2021; Vicente-Benito & Ramírez-Durán, 2023).

Der Vergleich mit attraktiveren Körpern setzt Jugendliche einem erhöhten Risiko aus, unzufrieden mit dem eigenen Körper zu sein. Auch Beauty Trends und Bildbearbeitungen sind ein ernstzunehmendes Risiko für junge Menschen, Unsicherheiten in der eigenen Körperwahrnehmung zu entwickeln (Bozzola et al., 2022).

Jiotsa et al. beschreiben, dass diese Körperunzufriedenheit assoziiert ist mit (Aussehens-)vergleichen, denen des eigenen Körpers mit auf Social Media präsentierten Körpern (Jiotsa et al., 2021). Auch Vicente-Benito & Ramírez-Durán heben körperliche Vergleiche als beeinflussende Rolle auf das mentale Wohlbefinden Jugendlicher hervor. Ebenso spielt die Dauer und die Art der Nutzung von Social Media eine Rolle in der Körperzufriedenheit Jugendlicher. So ist eine intensive oder missbräuchliche Anwendung von Social Media Plattformen mit einer Körperunzufriedenheit assoziiert. Die Verinnerlichung bestimmter Schönheitsideale kann die psychische Gesundheit Jugendlicher beeinträchtigen (Dane & Bhatia, 2023; Vicente-Benito & Ramírez-Durán, 2023). Problematisch ist auch, dass diese durch Vergleiche ausgelöste Unzufriedenheit zu einem ungesunden Gesundheitsverhalten führen kann. Durch die Idealisierung eines schlanken, fitten Körpers und die Generalisierung von Schönheitsidealen können Jugendliche ein problematisches Gesundheitsverhalten entwickeln, etwa indem sie einen raschen Gewichtsverlust anstreben. Auch kann der Wunsch nach Perfektion Depressionen oder selbsterstörerisches Verhalten wie Essstörungen auslösen (Bozzola et al., 2022; Dane & Bhatia, 2023). Hjetland et al. beschreiben dies als Druck auf das Aussehen des eigenen Körpers, der durch die Nutzung von Social Media entstehen kann und Auswirkungen auf das mentale Wohlbefinden Jugendlicher hat (Hjetland et al., 2021). Hinzukommend kann auch eine unzureichende Medienkompetenz die psychische Gesundheit Jugendlicher beeinträchtigen (Vicente-Benito & Ramírez-Durán, 2023). Eine Medienkompetenz ist jedoch, insbesondere bei der Wahl der Personen, denen auf Social Media gefolgt wird (Influencer\*innen), erforderlich für die Erhaltung der mentalen Gesundheit bei Nutzung von Social Media Plattformen, wie im nachfolgenden Kapitel aufgezeigt wird.

### *2.2.3.3 Die Bedeutung von Influencer\*innen*

Betrachtet man Vorbilder der Jugendlichen auf Social Media, sogenannte Influencer\*innen, kann die von Influencer\*innen häufig propagierte Gleichstellung von Aussehen und physischer und psychischer Gesundheit (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019) aus Public Health Sicht durchaus als kritisch betrachtet werden. Influencer\*innen begegnen ihren Followern auf familiärer, freundschaftlicher Ebene. Hier sehen die Autor\*innen neben Risiken auch Chancen. Auf der einen Seite kann ein Vergleich mit der Selbstdarstellung von Influencer\*innen zu Vergleichen führen, die Unzufriedenheit in jungen Menschen auslösen kann. Auf der anderen Seite kann jedoch beispielsweise auch die intrinsische Motivation der Follower in Bezug auf Selbstoptimierung, Fitness und Essverhalten ausgelöst werden (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019). Häufig wird, wie bereits in vorherigen Kapiteln thematisiert wurde, ein besonderer Wert auf einen fitten Körper gelegt. Influencer\*innen vermitteln ein Bild der äußerlichen Perfektion. Durch strikte Ernährungs- und Sportgewohnheiten, die Bodybuilding und Krafttraining enthalten, soll ein definiertes, muskulöses Körperbild mit geringer Fettmenge erzielt oder aufrechterhalten werden. Sportlicher Erfolg wird nicht daran gemessen, was der Körper leisten kann, sondern am äußeren Erscheinungsbild. Aus Public Health Sicht besonders problematisch ist, dass neben der körperlichen Gesundheit auch die mentale Gesundheit mit dem Erreichen dieses Schönheitsideals gleichgesetzt werden. (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019)

#### 2.2.3.4 Geschlechterunterschiede?

Der aktuelle Stand der Forschung lässt vermuten, dass Social Media Plattformen (besonders) häufig Einfluss auf die Körperwahrnehmung junger Mädchen und Frauen haben könnte. Verschiedene Studien heben hervor, dass insbesondere Mädchen und junge Frauen durch die Social Media Nutzung unzufrieden mit dem eigenen Körper sind und damit einhergehende negative Gefühle erfahren. Jedoch zeigen die Studien, dass auch junge Männer negative Einflüsse von Social Media in ihrer Körperwahrnehmung erfahren, auch wenn diese im Vergleich zu weiblichen Jugendlichen in den Studien weniger erscheinen. (Bozzola et al., 2022; Mahon & Hevey, 2021; Yurdagül et al., 2021).

Mahon & Hevey beschreiben, dass sich speziell Mädchen negativ beeinflusst in ihrer Körperbildwahrnehmung durch Social Media fühlen. Auch fällt es Mädchen schwer körperbezogene Social Media Inhalte positiv zu sehen, während es den jungen Männer leichter fällt, selbstbewusster mit körperbezogenen Social Media Inhalten umzugehen und sie mehr aktive Bewältigungsstrategien zeigen (Mahon & Hevey, 2021)

Vergleichbare Ergebnisse zeigt auch ein laufendes Projekt aus Österreich. In einer durchgeführten Online-Befragung von größtenteils Schülerinnen im Alter von 12 bis 17 Jahren zeigte, dass 78% der Befragten jungen Frauen und nicht binären Personen sich schon einmal nicht gut genug gefühlt haben, weil Personen auf Social Media schöner, cooler oder besser wirken als man selbst. Ein weiteres Ergebnis der Online-Befragung in Österreich zeigte außerdem, dass bei der Frage nach den Frauentypen der beliebtesten Influencerinnen, diese dem klassischen Frauen- und Schönheitsideal oder stark körper-betonten fitten Frauentypen entsprechen (measury Sozialforschung OG, 2022).

#### 2.2.4 Protektive Faktoren und Social Media

Neben den vielen negativen Auswirkungen von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher, werden in den Studien auch protektive Faktoren auf die mentale Gesundheit Jugendlicher sowie auch auf deren Körperbildwahrnehmung beschrieben (Dane & Bhatia, 2023; Papageorgiou et al., 2022; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023).

Faktoren wie soziale Medienkompetenz, Körperselbstliebe/ein positives Körperbild können einen protektiven Effekt gegen negative Auswirkungen auf die mentale Gesundheit Jugendlicher haben (Dane & Bhatia, 2023; Papageorgiou et al., 2022). Auch eine verantwortungsbewusste und kritische Social Media Nutzung kann eine protektive Wirkung auf die mentale Gesundheit Jugendlicher haben (Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023).

### 3 Problem- und Zielstellung

Wie die Datenerhebungen in Österreich und der EU zeigen, ist die Nutzung von Social Media Plattformen für Jugendliche zu einem wichtigen Lebensbereich geworden. Social Media wird häufig täglich für mehrere Stunden genutzt, um sich mit Freunden und Peergruppen zu vernetzen, zur Freizeitgestaltung und als Informationsquelle (Institut für Jugendkulturforschung, 2023; Mittischeck et al., 2022; Smahel et al., 2020). Neben den positiven Wirkungen von Social Media berichten Studien jedoch vermehrt darüber, dass die Nutzung von Social Media Plattformen sich negativ auf die mentale Gesundheit Jugendlicher auswirken kann (Bozzola et al., 2022; Hjetland et al., 2021; Skogen et al., 2021; Weinstein, 2018). Insbesondere die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und das Vermitteln eines stark nach außen gerichteten Körperbildes auf Social Media scheinen hier eine problematische Rolle zu spielen.

Betrachtet man Influencer\*innen, die Schönheitsideale in Social Media repräsentieren, so werden häufig psychische und physische Gesundheit mit gutem Aussehen gleichgestellt. Es wird vermittelt, dass ein schöner, durchtrainierter Körper mit wenig Fettanteil und ein intensiver Trainings- und Ernährungsplan gesund und glücklich machen (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019). Durch Vergleiche mit Körperbildern und Schönheitsidealen auf Social Media können Jugendliche eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper entwickeln. Dies kann die mentale Gesundheit junger Menschen soweit beeinträchtigen, dass Depressionen, Angststörungen oder Essstörungen entstehen können (Bozzola et al., 2022; Dane & Bhatia, 2023; Hjetland et al., 2021; Papageorgiou et al., 2022; Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023; Yurdagül et al., 2021).

Somit stellen die Folgen der Social Media Nutzung eine potenzielle psychische Belastung dar, die sich negativ auf die mentale Gesundheit Jugendlicher auswirken kann. Insbesondere, wenn man die Tatsache betrachtet, dass in der Lebensphase der Adoleszenz die Entwicklung des Selbstbildes eine der zentralen Entwicklungsaufgaben darstellt (Hannover et al., 2018; Lohaus & Vierhaus, 2019; Siegler et al., 2021; Thomsen et al., 2018). Psychische Belastungen, die in dieser Zeit entstehen, können Verunsicherungen und Krisen bei Jugendlichen auslösen (Faltermaier, 2005). Dies führt dazu, dass Jugendliche durch die Nutzung von Social Media Plattformen einem ständigen potenziellen Gesundheitsrisiko ausgesetzt sein können, wenn entsprechende Coping-Kompetenzen (noch) nicht ausreichend sind.

Verschiedene Studien betonen, dass Jugendliche gefördert werden sollen, ein kritisches Bewusstsein, Verständnis, und Aufmerksamkeit für Social Media, die mentale Gesundheit und für die Entwicklung eines positiven Körperbildes zu entwickeln (Bozzola et al., 2022, 2022; Papageorgiou et al., 2022; Skogen et al., 2021). Weitere Studien heben hervor, dass eine Auseinandersetzung von Eltern, Lehrpersonen und Politik mit dieser Thematik ebenso notwendig wird, da Jugendliche nur limitierte selbstregulierende Kapazitäten in ihrer Social Media Nutzung besitzen (Hjetland et al., 2021; Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019). Auch in Österreich zeigen sich vergleichbare Ergebnisse (Institut für Jugendkulturforschung, 2017, 2023; Mittiscek et al., 2022; measury Sozialforschung OG, 2022). Aus der Sicht von Public Health stellen somit die Auswirkungen von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher auch in Österreich eine Herausforderung für die Gesundheitsversorgung dar, insbesondere im Hinblick auf die Erreichung und Erhaltung der österreichischen Gesundheitsziele 6: „*Gesundes Aufwachsen für Kinder und Jugendliche bestmöglich gestalten*“ und 9: „*Psychosoziale Gesundheit fördern*“ (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, 2023). Nicht zuletzt deswegen, weil verschiedene Studien neben negativen Auswirkungen durch Social Media auch die protektiven Ansätze hervorheben, die Jugendliche in ihrer Social Media Nutzung schützen und in ihrer Körperbildwahrnehmung stärken (Dane & Bhatia, 2023; Papageorgiou et al., 2022; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023)

Zusätzlich zeigen Zahlen zur psychischen Gesundheit österreichischer Kinder und Jugendlicher herausfordernde Werte für die österreichische Gesundheitsversorgung. Die erhobene Prävalenz psychischer Erkrankungen bei Kindern und Jugendlichen im Jahr 2017 beträgt zwischen 23,9% (Punktprävalenz) und 35,8% (Lebensprävalenz) (Wagner et al., 2017). Hinzu kommt die an ihre Grenzen stoßende Versorgungslage der kinder- und jugendpsychiatrischen Betreuung in Österreich (Koubek et al., 2022; Sevecke et al., 2022; Plener et al., 2021). Um die kinder- und jugendpsychiatrische Betreuung in Österreich zu entlasten, kann hier daher der Ansatz der Gesundheitsförderung ein zielführender sein. Diesen Ansatz verfolgt auch der vom Fond Gesundes Österreich (FGÖ) und Bundesministerium für Soziales, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) als auch der von der Gesundheit Österreich GmbH (GÖG) ins Leben gerufene Projektcall: „*Gesundheitsförderungsprojekte zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen*“. Ziel dieser Initiative ist „*die Stärkung des Wohlbefindens und der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen unter Einbeziehung ihrer Bezugspersonen*“ (FGÖ, BMSGPK & GÖG, 2021).

Eines der aus diesem Projektcall geförderten Projekte wird im Bundesland Vorarlberg umgesetzt. Eingebettet in dieses Projekt wird auch diese Masterarbeit angefertigt, die sich auf die oben beschriebenen Forschungslücken bezieht und deshalb folgende Fragestellungen behandelt:

Welche Rolle spielen Social Media Plattformen in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und junger Erwachsener zwischen 15 und 19 Jahren im Bundesland Vorarlberg?

Inwieweit beeinflussen Social Media Plattformen Jugendliche in Vorarlberg darin, wie zufrieden sie sich in ihrem Körper fühlen?

Inwieweit sind sich Jugendliche in Vorarlberg der von Influencer\*innen häufig propagierten Gleichstellung von Aussehen und physischer und psychischer Gesundheit bewusst?

Wegen des starken Fokus auf Zielgruppenorientierung und der Bedeutung von Empowerment und Partizipation in der Gesundheitsförderung arbeitet die vorliegende Masterarbeit methodisch mit dem partizipativen Ansatz der Photovoice Methode. Informationen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Bundesland Vorarlberg werden aus erster Hand generiert. Daraus entsteht ein Setting-orientierendes Wissen, das Aufschluss über die Lebenswelt der Zielgruppe gibt. Dies ermöglicht es in weiterer Folge, Jugendliche und junge Erwachsene darin zu unterstützen, ein positives Körperselbstbild zu stärken und zu entwickeln.

Im nächsten Kapitel wird nun einführend die Photovoice Methode näher beschrieben, bevor im Anschluss der methodische Teil, die Ergebnisse und die Diskussion und Schlussfolgerung der Masterarbeit folgen werden.

## 4 Die Photovoice Methode

In diesem Kapitel folgt eine Beschreibung der qualitativen Forschungsmethode Photovoice. Zuerst wird die Entwicklung der Photovoice-Methode in der Gesundheitsforschung beschrieben, im Anschluss folgt eine Beschreibung der methodischen Vorgehensweise der Photovoice. Zuletzt wird in diesem Kapitel auf die Umsetzung der Photovoice-Methode mit Kindern und Jugendlichen Stellung genommen.

### 4.1 Entwicklung der Photovoice Methode

Die Photovoice Methode zählt zu den qualitativen Forschungsansätzen und wurde erstmals 1997 von den Autorinnen Wang und Burris beschrieben. Die Photovoice Methode wird dabei als partizipativer Forschungsprozess beschrieben, der aus einer Zielgruppe stammende Teilnehmende eines bestimmten Settings auffordert, ihre Lebenswelt in diesem Setting durch selbst erstellte Fotografien darzustellen und sie in einem nächsten Schritt durch den sprachlichen Austausch mit den Forscher\*innen und auch mit der Zielgruppe selbst zu teilen.

Seit der Veröffentlichung der Arbeit von Wang & Burris 1997, in der sie die Photovoice-Methode als möglichen wichtigen Forschungsansatz für die Forschung und Umsetzung von Public Health beschreiben, findet die Photovoice Methode zur Beantwortung verschiedenster Gesundheits- und Public-Health Fragestellungen Anwendung (Catalani & Minkler, 2010; Fountain et al., 2021; Wang, 2006; Wang & Burris, 1997; Wang, 1999). Dadurch entstehen laut Wang & Burris nennenswerte Vorteile für die Gesundheitsforschung: Die Lebenswelt wird aus der Sicht der Zielgruppe selbst dargestellt. Es können, so die Autor\*innen, wichtige zielgruppenorientierende Informationen generiert werden und das Aufzeigen für die Zielgruppe relevanter Aspekte wird möglich die mitunter von den Forscher\*innen selbst als nicht relevant eingestuft worden wären. Somit erfolgt eine reale Darstellung der Lebenswelt der Zielgruppe in einem bestimmten Setting, ohne Verzerrung durch mögliche Missinterpretationen der Forscher\*innen. Weiters erfolgt indirekt auch eine Stärkung und Sensibilisierung der Community der Zielgruppe durch den Austausch des Forschungsthemas der Partizipanten mit ihrer Community und den Forscher\*innen (Wang & Burris, 1997; Wang, 1999). Durch die Möglichkeit der Einbeziehung vulnerabler Gruppen entsteht insbesondere auch die Möglichkeit, deren Sichtweise aufzuzeigen und ihnen so eine Stimme zu geben (Wang & Burris, 1997).

Der partizipative Forschungsprozess ermöglicht laut Wang & Burris das Erreichen von drei wesentlichen Zielen:

*„(1) to enable people to record and reflect their community's strengths and concerns, (2) to promote critical dialogue and knowledge about important community issues through large and small group discussion of photographs, and (3) to reach policymakers.“* (Wang & Burris, 1997, S. 370)

Dass die durchgehend hohe Partizipation der Teilnehmenden ausschlaggebend für den Erfolg und somit auch für die drei von Wang & Burris beschriebenen Ziele ist, beschreiben Catalani & Minkler. Von den Autorinnen untersuchte Publikationen, die wie auch das Projekt von Wang & Burris, eine starke Partizipation der Zielgruppe aufweisen, erreichen am ehesten alle drei von Wang & Burris beschriebenen Ziele der Photovoice-Methode, im Vergleich zu Publikationen, die die Teilnehmenden weniger stark in den Auswertungsprozess miteingebunden haben (Catalani & Minkler, 2010).

Bis zum heutigen Tag erfolgt der Großteil der Umsetzung von Photovoice-Projekten meist in starker Anlehnung an die 1997 veröffentlichte Ursprungsarbeit: *„Photovoice: concept, methodology, and use for participatory needs assessment“* von Wang & Burris (Catalani & Minkler, 2010; Fountain et al., 2021).

## **Vorgehensweise bei der Photovoice Methode**

Wang & Burris (1999) beschreiben die empfohlene Vorgehensweise der Photovoice-Methode wie folgt:

Im ersten Schritt soll eine Zielgruppe politischer Entscheidungsträger ausgewählt und rekrutiert werden, die über die Handlungsmacht verfügen, Ergebnisse und Empfehlungen der Teilnehmenden der partizipativen Photovoice umzusetzen. Im zweiten Schritt soll die Zielgruppe der teilnehmenden Personen der Photovoice definiert und rekrutiert werden. Dabei empfehlen Wang & Burris eine Gruppengröße von sieben bis zehn Personen. Im Anschluss erfolgt die Vorstellung des Konzeptes der Forschungsmethode an teilnehmende Personen. Inkludiert sind hier Kameraschulungen, die Klärung von Ethikfragen und das Besprechen der Risiken und Stärken. Dann erfolgt das Einholen einer Einverständniserklärung aller Teilnehmenden, bevor im nächsten Schritt das konkrete Thema der zu machenden Bilder besprochen wird und die Kameras mit Anleitungen zu ihrer Nutzung ausgeteilt werden. Für das Aufnehmen der Bilder empfehlen die Autorinnen den Teilnehmenden eine Zeitspanne zu geben, in der sie ihre Fotos machen können. Im Anschluss erfolgt nach Wang & Burris der Analyseteil der Photovoice-Methode. Die Teilnehmenden treffen sich in den Gruppen, um die Fotos vorzustellen und zu diskutieren. Dabei gliedert sich die Diskussion in der Gruppe/ die partizipative Analyse in drei Stadien (Wang & Burris, 1997):

(1) Selektieren - die Teilnehmenden wählen im ersten Stadium ein oder zwei Bilder, die der/dem Teilnehmenden sehr gefallen oder sehr wichtig erscheinen und sprechen darüber;

(2) Kontext - durch die SHOWeD Fragemethode, wird die Geschichte hinter dem Foto erzählt und kritisch reflektiert – *„What do you See here? What is really Happening here? How does this relate to Our lives? Why does this situation, concern or strength exist? What can we Do about it?“* (Wang, 1999, S. 188).

(3) Kodieren - es erfolgt das Identifizieren von Problemen, Themen oder Theorien, die am dringlichsten erscheinen und bei denen die Notwendigkeit einer Intervention besteht (Wang & Burris, 1997; Wang, 1999).

Den Abschluss des Photovoice-Prozesses bildet die Planung, wie die Ergebnisse der Photovoice-Methode Entscheidungsträgern vorgestellt werden sollen. Dieser Schritt erfolgt ebenfalls gemeinsam mit den Teilnehmenden (Wang & Burris, 1997).

Eine aktuelle Literaturquelle von Wihofszky et al. (2020) beschreibt ein der Photovoice-Methode sehr vergleichbares Vorgehen. Unterschieden werden folgende sieben Arbeitsphasen der Photovoice-Methode: „*Planung und Vorbereitung, Schulung der Mitforschenden, Feldphase, Diskussion in der Gruppe, Auswertung und Ergebnisse, Handlungsempfehlungen, Präsentation und Nutzung der Ergebnisse, Evaluation*“ (Wihofszky et al., 2020, S. 91-92).

In der Planung und Vorbereitung der Photovoice Methode werden wesentliche Fragen zu finanziellen, zeitlichen und organisatorischen Aspekten beantwortet. An der Photovoice teilnehmende Mitforschende sind in dieser Phase meist noch nicht stark eingebunden. Im nächsten Schritt erfolgt die Schulung der Mitforschenden im hinsichtlich ethischer und datenschutzrechtliche Punkte. Auch eine Schulung im Umgang mit der Fotografie ist möglich. In der Feldphase erstellen die Teilnehmenden Fotos nach einer vorgegebenen Aufgabenstellung. Diese Aufgabenstellung wird nach Wihofszky et al. im Idealfall gemeinsam erarbeitet und basiert auf einer bereits im Vorhinein festgelegten Fragestellung, die ebenfalls gemeinsam erarbeitet sein kann. In der Feldphase sind mehrere Erhebungszeitpunkte in Abwechslung mit Diskussionen möglich. Eine abschließende gemeinsame Planung und Entscheidung über die Präsentation der Ergebnisse der partizipativen Analyse/der Diskussionen in der Gruppe soll ermöglichen, dass die Teilnehmenden auch in die Präsentation der Ergebnisse an wichtige Entscheidungsträger eingebunden sind. Zusätzlich empfehlen Wihofszky et al. eine abschließende Evaluationsphase der Photovoice (Wihofszky et al., 2020). Dieser Schritt wird insbesondere nach aktuellem Literaturstand als häufig vernachlässigt kritisiert (Catalani & Minkler, 2010; Halvorsrud et al., 2022).

In der Methodik der vorliegenden Masterarbeit erfolgt einer Mischung der Vorgehensweisen von Wang & Burris und Wihofszky et al. Die konkrete Vorgehensweise wird in Kapitel 5 expliziert.

## 4.2 Photovoice Forschung mit Kindern und Jugendlichen

Besonderes Jugendliche können von der partizipativen Photovoice Methode profitieren. Vorteile umfassen unter anderem die Möglichkeit direkt am Forschungsprozess teilzuhaben, das gegenseitige Lernen zwischen Jugendlichen und Erwachsenen (Forscher\*innen und Entscheidungsträger), die Förderung zu reflektiertem Denken, und die Möglichkeit der Jugendlichen, sich aktiv in Veränderungsprozesse miteinzubringen (Fountain et al., 2021; Wang, 2006). So stellt nach Wang (2006) die Photovoice Methode eine wichtige wissenschaftliche Strategie dar, um Jugendliche für Veränderungen in ihrer Lebenswelt zu mobilisieren und das Wohlbefinden in dieser Lebenswelt zu stärken (Wang, 2006).

Auch Erwachsene können profitieren, indem sie durch das Anerkennen der Jugendlichen Expertise und deren Fähigkeiten, altersgerechte zielgerichtete Strategien und Maßnahmen entwickeln können, die den Bedürfnissen der Jugendlichen entsprechen (Wang, 2006). Ein großer Vorteil der Photovoice Methode besteht darin, dass durch die Anpassungsfähigkeit der Methodik an individuelle Forschungsbedürfnisse, die Anwendung der Photovoice-Methode in den verschiedensten Gesundheitsbereichen, Studienpopulationen und Settings erfolgen kann (Catalani & Minkler, 2010; Fountain et al., 2021; Wang & Burris, 1997). Zusätzlich dazu ist die Methode für das Thema der vorliegenden Arbeit – Social Media – äußerst passend.

## 5 Methodik der Masterarbeit

Die Methodik der vorliegenden Masterarbeit erfolgt nach dem Vorgehen der ursprünglichen Photovoice Methode von Wang & Burris (Wang & Burris, 1997; Wang, 1999) und der deutschsprachigen, ebenfalls mit Jugendlichen durchgeführten Arbeit von Marent & Marent (Marent & Marent, 2013).

Im Folgenden wird die Einbettung der Masterarbeit in das oben erwähnte Gesamtprojekt beschrieben. Anschließend werden die Studienpopulation und die Methodik der Masterarbeit dargestellt. Des Weiteren folgt die Beschreibung der qualitativen Datenanalyse. Abschließend wird die Berücksichtigung ethischer Grundlagen der vorliegenden Masterarbeit dargestellt.

### 5.1 Einbettung in das Projekt #body\_?

Die vorliegende Arbeit wird eingebettet im Rahmen des zweiten Arbeitspakets des Projektes „#body\_? Von Positivity über Neutrality zu Selbstbestimmung – Konzepte von Körper und Gesundheit in analogen und digitalen Lebenswelten von Jugendlichen“ durchgeführt. Dieses Projekt erfolgt in Kooperation der Institutionen aks Gesundheit GmbH, der aha Jugendinfo Vorarlberg, des Verein amazone und der FH Vorarlberg – Forschungszentrum für nutzerzentrierte Technologien. Die Umsetzung des Projektes erfolgt durch finanzielle Förderung des Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK), dem Fond Gesundes Österreich (FGÖ) und der Gesundheit Österreich GmbH (GÖG) auf deren Projektkall „*Gesundheitsförderungsprojekte zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen*“ (FGÖ, BMSGPK & GÖG, 2021).

## 5.2 Zielgruppe/Studienpopulation

Die Studienpopulation für die Masterarbeit umfasst 13 Jugendliche und junge Erwachsene<sup>1</sup> (9 weiblich, 4 männlich) im Alter von 15 bis 19 Jahren, die im Bundesland Vorarlberg leben.

Folgende Ein- und Ausschlusskriterien wurden für eine Teilnahme an der Photovoice Forschung für die jungen Teilnehmenden festgelegt:

### Einschlusskriterien:

- Jugendliche im Alter zwischen 14 und 19 Jahren, die freiwillig an der Photovoice Studie teilnehmen möchten
- Die informierte Einwilligung und Datenschutzerklärung und die Verschwiegenheitserklärung wurde unterzeichnet (siehe 12.2)
- „Recht am Bild“ Workshop wurde besucht (siehe 5.3.2)

### Ausschlusskriterien:

- Jugendliche unter 14 Jahren und junge Erwachsene ab 21 Jahren
- Geistige Beeinträchtigung der Jugendlichen, die eine kognitive Erfassung der informierten Einverständniserklärung nicht zulässt und somit die Freiwilligkeit der Teilnahme in Frage stellt
- blinde und/oder taube Jugendliche und junge Erwachsene, da in diesen Fällen keine vollumfängliche Projektteilnahme ermöglicht werden kann
- Die informierte Einwilligung und Datenschutzerklärung und/oder die Verschwiegenheitserklärung wurde nicht unterzeichnet
- Der „Recht am Bild Workshop“ wurde nicht besucht

---

<sup>1</sup> im Folgenden zur Vereinfachung auch Jugendliche genannt

## 5.3 Vorgehensweise der partizipativen Umsetzung der Photovoice

Im Folgenden werden die einzelnen Schritte der Photovoice Forschung beschrieben, beginnend mit dem Kick-off Termin dem Workshop Recht am Bild, der Bildaufnahme und der partizipativen Analyse.

### 5.3.1 Kick-off Termin

In einem ersten Kick-off Termin wird die Studienpopulation rekrutiert. Interessierte Jugendliche werden durch das Projekt #body\_?, in das die Masterarbeit eingebettet durchgeführt wird, eingeladen. Den teilnehmenden Jugendlichen wird das Forschungsprojekt und die Methode Photovoice durch die Autorin der Masterarbeit vorgestellt. Sie erhalten alle für sie wichtigen Informationen und können Fragen stellen. Die Jugendlichen entscheiden sich im Anschluss an den Kick-off Termin für eine freiwillige Teilnahme, indem sie die informierte Einwilligung und Datenschutzerklärung und die Verschwiegenheitserklärung unterschreiben und eine Elterninformation erhalten.

### 5.3.2 Workshop Recht am Bild

Die Jugendlichen erhalten in diesem, für eine weitere Teilnahme verpflichtenden, Workshop wichtige Informationen zu Datenschutz und Bildrechten, um sie für die Bildsammlung im nächsten Schritt vorzubereiten, die Vulnerabilität der jungen Menschen zu schützen und um mögliche Risiken bezüglich Bildrechten und Datenschutz zu reduzieren. Der Recht am Bild Workshop beinhaltet Informationen darüber, welche Bilder die Jugendlichen und jungen Erwachsenen fotografieren, zeigen und sammeln dürfen und welche nicht.

Die Teilnehmenden wissen Bescheid, dass sie keine Bilder oder Links von privaten Accounts zeigen dürfen, und ein schriftliches Einverständnis einer fotografierten Person benötigen, sofern sie andere Personen fotografieren. Die Jugendlichen werden darüber informiert, dass sie nur Fotos von sich mitbringen bzw. zeigen, wenn sie damit einverstanden sind, dass diese auch den anderen Teilnehmenden gezeigt werden. Der Schritt der Aufklärung der Bildrechte wird auch von Wang als wichtiger Punkt in der Umsetzung von Photovoice Projekten beschrieben, insbesondere in der Arbeit mit Jugendlichen (Wang, 2006; Wang, 1999).

Die zusätzlich von Wang & Burris beschriebene Notwendigkeit eines Fotografie-Workshops (Wang & Burris, 1997) entfällt, da sich im Jahr 2023 der Zugang zu Fotografie durch die Digitalisierung und Smartphones sehr niederschwellig gestaltet.

### 5.3.3 Bildaufnahme

Im nächsten Schritt erfolgt die Bildaufnahme und das Sammeln von Social Media Links durch die teilnehmenden Jugendlichen in einer 2-wöchigen Zeitspanne. Es werden von den Jugendlichen je 3 bis maximal 5 Fotos und Social Media Links ausgewählt die ihrer Meinung nach ihre Lebenswelt zum Thema, die Rolle von Social Media auf das Körperbild, passend widerspiegeln. Die Aufgabenstellung, die die teilnehmenden Jugendlichen dafür erhalten ist im Anhang 12.4 beigefügt.

Da die vorliegende Masterarbeit die Social Media Lebenswelt der Jugendlichen in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung darstellen möchte, wurde die klassische Vorgehensweise der Photovoice Methode, in der Fotos gemacht werden, (Wang, 1999; Wang & Burris, 1997) durch die zusätzliche Sammlung von Links öffentlich zugänglicher Social Media Inhalte erweitert. Dieser Vorgang ermöglicht, dass Social Media Posts durch einen Link während der Diskussionsrunden in der Gruppe angesehen und reflektiert werden können. So kann die Lebenswelt Social Media während der Photovoice Forschung noch besser dargestellt werden, unter Berücksichtigung der Bildrechte.

### 5.3.4 Partizipative Analyse

In der partizipativen Analyse, die in Form von halbstrukturierten leitfadengestützten Gruppeninterviews und Diskussionsrunden abgehalten werden, werden die von den Jugendlichen ausgewählten Fotos und Links in der Gruppe besprochen und reflektiert.

Um die Studienpopulation in altersgerechter Sprache zu erreichen, erfolgt eine Begleitung der Diskussionsgruppen durch Moderator\*innen der am Projekt #body\_? teilnehmenden Institutionen, der aha Jugendinfo Vorarlberg und der aks-Gesundheit GmbH. Die Autorin der Masterarbeit übernimmt die Aufgaben der Protokollierung und Co-Moderation.

Die partizipative Analyse folgt dabei dem Aufbau der Photovoice-Methode nach Wang (Wang, 2006; Wang, 1999) und dem österreichischen Photovoice Projekt von Marent & Marent (Marent & Marent, 2013).

Der Ablauf der Gruppeninterviews und Gruppendiskussionen erfolgt auf Grundlage der drei Stadien nach Wang & Burris: Selektieren, Kontext und Kodieren (Wang & Burris, 1997). Die Vorgehensweise ist in zwei Teile untergliedert, die nachfolgend beschrieben werden.

#### 5.3.4.1 Erster Teil: Gruppeninterviews, Selektion und Kontext

In zwei Gruppen zu einmal sechs und sieben Personen pro Gruppe wählen die Jugendlichen zu Beginn der Gruppeninterviews zwei Bilder und/oder Links aus den von ihnen zuvor gesammelten Bildinhalten aus, die ihnen am wichtigsten sind und die sie der Gruppe vorstellen möchten.

Dann stellen die Jugendlichen nacheinander ihre Bilder/Links der Gruppe vor. Dabei werden sie von den Moderator\*innen mithilfe der SHOWed Methode angeleitet (Wang, 1999). Da diese in englischer Sprache gehalten ist und die Autoren Marent & Marent in ihrem 2013 veröffentlichten Photovoice-Projekt eine Abwandlung in deutscher Sprache in Anlehnung an die SHOWed Methode passend auf eine jugendliche Zielgruppe beschreiben, erfolgt die Befragung in dieser Arbeit nach der deutschen Abwandlung der SHOWed Methode von Marent & Marent (2013, S. 280):

- *„Was sieht man auf den Fotos?*
- *Welche Handlungen spielen sich ab?*
- *Wie steht das in Zusammenhang mit dem Leben von Jugendlichen bzw. was bedeutet das für euch?*
- *Zeigen sich Probleme auf den Fotos und was könnte man dagegen unternehmen?“*

Dabei erfolgt der Inhalt auf diese Fragen ausschließlich von den Peer-Researchern, die Moderator\*innen führen lediglich durch die Gruppeninterviews und stellen bei Bedarf vertiefende Fragen entsprechend des Interviewleitfadens.

#### 5.3.4.2 Zweiter Teil: Diskussionsrunden, Kodierung

Zwischen der Gruppeninterviews und den, in einem vierwöchigen Abstand, folgenden Diskussionsrunden erfolgt eine erste Kodierung und Kategorisierung wichtiger Themen aus den Bildbeschreibungen und den Bildinhalten des Bildmaterials in Form von Bildserien, in Anlehnung an Petersen & Østergaard (Petersen & Østergaard, 2003) durch die Autorin der vorliegenden Arbeit.

Diese werden dann in den zweiten Diskussionsrunden den Jugendlichen vorgestellt, mit ihnen gemeinsam diskutiert ergänzt und/oder abgewandelt. Ziel ist es mit den Jugendlichen gemeinsam Kernthemen und -kategorien festzulegen, die die partizipativen Ergebnisse der Forschung darstellen.

## 5.4 Vertiefende inhaltliche Datenanalyse und Zusammenführen von partizipativer und inhaltlicher Datenanalyse

Die Gruppeninterviews und Diskussionsrunden werden zusätzlich für eine weiterführende vertiefende wissenschaftliche qualitative Inhaltsanalyse mittels Ton- und Videoaufzeichnung aufgezeichnet. Diese Ton- und Videoaufzeichnungen werden nach der partizipativen Analyse pseudonymisiert transkribiert. Lediglich das Geschlecht der Jugendlichen wird beibehalten, um zusätzlich nach geschlechterspezifische Auffälligkeiten auswerten zu können.

Das methodische Vorgehen der Inhaltsanalyse folgt dem Vorgehen nach Kuckartz & Rädiker (Kuckartz & Rädiker, 2022) mithilfe der Software MAXQDA.

Aus der vorliegenden im Stand der Forschung beschriebenen aktuellen Literatur erfolgt die Ableitung erster deduktiver Kategorien. Im Anschluss erfolgt im Hinblick auf die Forschungsfrage der Masterarbeit, eine initiierten Textarbeit aus der im Anschluss induktive Kategorien gebildet werden. Nachfolgend werden im Kodierprozess relevante Inhaltspassagen den zuvor gebildeten Haupt- und Unterkategorien zugeordnet und in einem abschließenden Schritt nochmals auf ihre Gültigkeit überprüft.

Die Ergebnisse der partizipativen Analyse mit den jugendlichen Peerforscher\*innen werden nun in einem zusätzlichen Analyseschritt mit den Codes der vertiefenden Inhaltsanalyse zusammengefasst und ergänzt, sodass alle für die Forschungsfrage wichtigen Ergebnisse aus der partizipativen Analyse, sowie der vertiefenden Inhaltsanalyse in einem Codesystem dargestellt werden können.

Dieser Schritt wird hier der zweiten Möglichkeit einer aus den Ergebnissen der partizipativen Analyse aufbauenden vertiefenden Inhaltsanalyse vorgezogen. Diese zweite Option für die Analyse wird deshalb nicht gewählt, da sich bei der Transkription und Datenaufbereitung zeigte, dass nicht alle für diese Masterarbeit relevanten Daten in der partizipativen Analyse festgehalten wurden. Somit würden in einem aufbauenden Vorgehen in der Inhaltsanalyse relevante Daten nicht berücksichtigt werden.

Im Ergebnisteil der vorliegenden Masterarbeit folgt die Ergebnisdarstellung des zusammengeführten Codesystem aus der partizipativen und der vertiefenden Inhaltsanalyse.

## 5.5 Berücksichtigung ethischer Grundlagen/Prüfung durch eine freiwillige Ethikkommission (RCSEQ)

Vor dem Start des Forschungsprojektes erfolgt eine Prüfung des Vorhabens durch das Research Committee for Scientific Ethical Questions der Privatuniversität UMIT Tirol (RCSEQ),

### 5.5.1 Datenbeschreibung und Datenumgang

Um die Identität der Teilnehmenden zu schützen, werden in der Vorbereitung Schutzmaßnahmen nach dem österreichischen Datenschutzgesetz getroffen, um sicherzustellen, dass die Datenschutzrechte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht verletzt werden. Dafür erfolgt eine genaue Information über das Forschungsprojekt, sowie das Einholen einer schriftlichen Einverständnis der Teilnehmenden in Form einer informierten Einwilligung und auch einer Elterninformation. Eine Zustimmung der Eltern ist nach österreichischer Gesetzeslage ab dem 14. Lebensjahr nicht mehr notwendig.

### 5.5.2 Maßnahmen zum Schutz der Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Die Teilnahme ist zu jedem Zeitpunkt freiwillig und kann ohne Angabe von Gründen jederzeit von den Teilnehmenden abgebrochen werden, was eine Löschung der Daten impliziert.

Die Bildaufnahme und Linksammlung der Jugendlichen erfolgen erst nach der schriftlichen Einverständnis der Jugendlichen und nach dem Workshop Recht am Bild.

In der vorliegenden Arbeit werden lediglich pseudonymisierte Datenauswertungen präsentiert. Die Bilder, welche die Jugendlichen ins Projekt mitbringen, werden nach den Diskussionsrunden vom Projekt #body\_?, in das die vorliegende Masterarbeit eingebettet ist, weiter aufbewahrt. Diese Aufbewahrung erfolgt aber nur dann, wenn die Jugendlichen dafür eine gesonderte Einverständniserklärung des Projektes #body\_? unterschreiben. In der Masterarbeit werden keine Bilder der Jugendlichen verwendet, sondern nur frei verfügbare Bilder (mit Quellenangaben). Diese werden von der Autorin dieser Arbeit basierend auf den Bildern der Jugendlichen (d.h. diesen möglichst ähnlich, als Stellvertreter) auf Online-Bilderplattformen recherchiert und ausgewählt.

## 6 Ergebnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Photovoice Methode dargestellt, beginnend mit einer kurzen Beschreibung der Bildserien aus den Diskussionsrunden, um einen Überblick der partizipativen Analyse zu ermöglichen. Anschließend folgt ein Überblick des Codesystems nach dem in der Methodik beschriebenen Vorgehen. Abschließend erfolgt die aufgeschlüsselte Darstellung der einzelnen Haupt- und Unterkategorien. Diese werden mit Ankerbeispielen und Symbolbildern unterstützt. Auf die Darstellung der von den Jugendlichen eingebrachten Bildern wird in der vorliegenden Masterarbeit verzichtet, um die Bildrechte der Jugendlichen zu wahren. Um jedoch die zentrale Rolle der Bilder in der Photovoice-Methode trotzdem darstellen zu können, werden Symbolbilder in Form von open-source Bildern der Website Pixabay verwendet.

## 6.1 Die Bildserien der partizipativen Analyse

Die sogenannten Bildserien der Photovoice stellten eine erste Vorkategorisierung wichtiger Themen aus den Bildbeschreibungen und den Bildinhalten der von den Jugendlichen eingebrachten Fotos und Social Media Links des ersten Teil der Photovoice Gruppeninterviews, Selektion und Kontext durch die Autorin der Masterarbeit dar. Alle Bilder und Social Media Links der Jugendlichen wurden dabei zusammengenommen und in unterschiedliche Themenbereiche aufgeteilt, die sich in den Bildinhalten zeigten. Dazu zählten beispielsweise Themen wie Sport, Ernährung, Style, Körper oder auch Vorbilder. Diese Themen zeigten sich auch zuvor schon in den Gruppeninterviews.

Die Bildserien werden wegen ihres Umfangs im Anhang (11.1), zusammen mit der Kodierung, einer Kurzbeschreibung sowie Symbolbildern dargestellt und beschrieben (Tabelle 1; Anhang 11.1).

Es wurde bewusst eine bildliche Kategorisierung vorgenommen, da sich im ersten Teil der Photovoice Gruppeninterviews, Selektion und Kontext zeigte, dass eine sprachliche Barriere die Umsetzung der Aufgabenstellung für ein bis zwei Jugendliche erschwerte. Somit sollten im zweiten Teil der Photovoice Studie, den Diskussionsrunden, die Kodierung und die finale partizipative Kategorienbildung vereinfacht werden. Diese Bildserien wurden den Jugendlichen in den Diskussionsrunden, beziehungsweise im nächsten Schritt Kodierung, vorgestellt und von den Jugendlichen geringfügig, jedoch nicht mehr ergebnisverändernd, abgewandelt. Aus diesen Bildserien entwickelten sich dann in Zusammenarbeit mit den teilnehmenden Jugendlichen die partizipativen Ergebnisse/Kategorien der Jugendlichen, die auf Post-it festgehalten, und im Anschluss von der Autorin der Masterarbeit digitalisiert wurden.

Die partizipativen Ergebnisse wurden, wie im Kapitel Methodik beschrieben, gemeinsam mit den Ergebnissen der vertiefenden Inhaltsanalyse in einem Codesystem zusammengefasst, und werden nachfolgend im Kapitel Codesystem dargestellt.

## 6.2 Codesystem

Untenstehend folgt ein Überblick des Kategoriensystems, anschließend folgt die Ergebnisdarstellung der einzelnen Hauptkategorien und deren jeweiligen Unterkategorien. Wie ersichtlich wird, wurden die Hauptkategorien vor allem deduktiv entwickelt, die jeweiligen Unterkategorien häufig induktiv.<sup>2</sup>

### **6.3 Individuelle Motivation und individueller Social Media Konsum (deduktiv)**

Vorbilder und Influencer\*innen als wichtige Motivations- und Inspirationsquelle (induktiv)

### **6.4 Social Media Aktivitäten und Trends (deduktiv)**

Körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends (induktiv)

Body Positivity Trend (induktiv)

Nicht körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends (induktiv)

### **6.5 Körper und aussehensbezogene Social Media-Wirkungen (deduktiv)**

Körper im Mittelpunkt (deduktiv)

Aussehensvergleiche (deduktiv)

Schönheitsideale (deduktiv)

Realitäts- und Kontrollverlust (induktiv)

### **6.6 Body Positivity Wirkungen (induktiv)**

### **6.7 Body Neutrality (induktiv)**

Selbstreflexion (induktiv)

Die Bilder und Bildbeschreibungen, bei denen sich bei den Gruppeinterviews kein Bezug zu Social Media und Körperbildwahrnehmung herstellen ließ, wurden in der Bildung des Codesystems nicht mitberücksichtigt. Die für diese Arbeit relevanten Kategorien und ihre Beschreibung inklusive Beispielbilder erfolgt untenstehend. Dabei werden je auch Ankerzitate genannt, die charakteristisch für das jeweilige Thema sind.

---

<sup>2</sup>Die Hauptkategorien werden in der nachfolgenden Ergebnisdarstellung als Überschriften dargestellt, die Unterkategorien werden jeweils fett hervorgehoben

### 6.3 Individuelle Motivation und individueller Social Media Konsum

Die Ergebnisse der Photovoice zeigten, dass Jugendliche Social Media sehr individuell nutzen, sowohl generell als auch in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung. Zum einen beschrieben die Jugendlichen Social Media als eine Inspirationsquelle. Inhalte, die Jugendliche konsumierten, konnten sie, laut deren Aussagen, in ihrem eigenen Leben inspirieren. Aber auch eine Identifizierung mit Social Media Inhalten wurde von den Jugendlichen beschrieben. Die Jugendlichen nannten beispielsweise Themen wie Sport und Ernährung, Style, aber auch für sie wichtige Vorbilder oder Influencer\*innen auf Social Media.



Abbildung 2: Symbolbild Pixabay (2023a)

*„Also es ist so Müsli mit Himbeeren, Beeren, Erdbeeren. Und halt ja, ich habe das Foto mal gemacht, weil ich so was ähnliches auf Pinterest gesehen habe. Und wenn ich an Body und Social Media denke, kommt mir eher in den Sinn so Ernährung, Essen, Sport [...] und ja, deswegen dachte ich, dass dieses Bild dazu passen würde.“*

*(Sprecherin: W9)*

*„Genau das ist ein Bild, auch eine Influencerin, Silvi Carlsson heißt sie. Die macht viel Body Positivity Content und Selbstliebe Content. Und das Bild hat sie glaube ich vor einem Jahr, also es ist schon länger her. Ja, das ist mir auf jeden Fall dort aufgefallen.“*

*(Sprecherin: W8)*

Auch abseits der Körperbildwahrnehmung zeigte sich, dass Social Media für Jugendliche eine bedeutende Inspirations- und Motivationsquelle darstellte, die motiviert eigene Ziele zu verfolgen und zu erreichen, wie beispielsweise sportliche oder musikalische Ziele.

Manche der teilnehmenden Jugendliche beschrieben, dass sie selbst aktiv auf Social Media posten. Bei der Photovoice Studie wurden auch wiederholt Bilder mitgebracht, die Jugendliche auf ihren Social Media-Kanälen, wie TikTok, Instagram oder Pinterest gepostet haben.

*„Und ich habe auch TikToks genommen, weil es aktuell ist. Also das war mir auch voll wichtig. Bei Instagram würde ich schon sagen, dass es schon wieder bisschen älter ist. Also Snapchat und TikTok sind jetzt für mich vor allem die sozialen Medien, wo ich wirklich richtig aktiv bin. Und ja. Was hat das mit Body zu tun? Gesicht gehört auch zum Körper dazu. Und ich finde, das macht voll viel. Also es macht viel aus, wenn ich eine Person anschau, dann schau ich automatisch auf das Gesicht. Und das hat auch was mit Körper zu tun.“*

*(Sprecherin: W1)*

## Vorbilder und Influencer\*innen als wichtige Motivations- und Inspirationsquelle

Gemeinsam hatten diese unterschiedlichen Inhalte, dass Vorbilder und Influencer\*innen eine der häufigsten Inspirations- und Motivationsquellen der Jugendlichen darstellten und somit eine wichtige Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher auf Social Media spielten. Vorbilder, die eher aussehensbezogene Inhalte vermittelten, wurden von den Jugendlichen in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung sowohl positiv als auch negativ beschrieben. Vermittelten Vorbilder und Influencer\*innen Inhalte wie Körperselbstliebe und Diversität wurde dies von den Jugendlichen als sehr positiv auf ihre Körperselbstwahrnehmung wahrgenommen.



Abbildung 4: Symbolbilder Pixabay (2023b)



Abbildung 3: Symbolbild Pixabay (2023c)

*"Also ich mag [...] zum Beispiel ganz gern, weil sie eben auch eher so ist, sie hat meistens auch so weiße Tops an und dann tut sie ein Hemd drüber und das schaut bei ihr halt wirklich gut aus und so, sie schaut halt einfach so frisch aus irgendwie, deswegen war das, so sie war bei dem Bild so die größte Inspo."*

*(Sprecherin: W5)*

*"Das ist mein Lieblingssänger, [...]. Ja bei ihm, also von [...] kennt man das, ja er ist so nett und das und das und er schaut gut aus und alles. Aber er ist auch so ein Mensch, er unterstützt das auch voll, dass jeder sich wohlfühlt in seinem Körper und das prägt dann auch so ein bisschen im Hinterkopf, denn immer wieder, wenn man sich dann so denkt, ah ja ok. [...]"*

*(Sprecherin: W5)*



Abbildung 5: Symbolbild Pixabay (2023d)

*"einmal ist sie ein Vorbild für mich, weil sie ist Wissenschaftlerin, sie hat Biophysik studiert und kämpft mit ihrem Youtube-Kanal, [...] sie setzt sich dafür ein, dass diese Fitness- und Ernährungsmythen so, sie klärt darüber auf, was bringt wirklich was, was ist einfach wissenschaftlich belegt."*

*(Sprecherin: W2)*

Ein weiterer Aspekt, den insbesondere die männlichen Teilnehmenden wiederholt beschrieben hatten, ist jener, dass Vorbilder auf Social Media dazu motivieren im Leben etwas zu erreichen. Diese Motivation Erfolg im Leben zu haben, stand bei den männlichen Teilnehmenden häufig im Vordergrund ihrer Bildbeschreibungen. Das Aussehen und der Körper des Vorbildes wurden zwar wahrgenommen und hatten ebenfalls eine Bedeutung für die männlichen Jugendlichen, rückten jedoch in den Hintergrund. Der Erfolg einer Zielerreichung schien laut den Beschreibungen der Jugendlichen wichtiger.



Abbildung 6: Symbolbild Pixabay (2023e)

*"Ja es ist halt. Ich habe eigentlich das Bild ausgewählt, weil es schön aussieht. Aber er hat es halt gepostet und hat danach eine Story auf Instagram gemacht und das alles uns erzählt. Weil das war ein Comeback, weil er hat für eine Zeit lange nicht mehr gerappt, er hat da Pause gemacht, richtig lange. Und danach hat er halt das Bild gepostet und danach halt irgendwas erzählt auf Instagram auf seiner Story, dass er jetzt wieder zurück ist. Er ist seit paar Tage clean oder seit ein paar Wochen und er hat jetzt durchgezogen bis fast ein Jahr, noch ein paar Tage, dann hat er schon ein Jahr keine Drogen genommen."*

(Sprecher: M2)

Die von den Teilnehmenden berichtete unterschiedliche Social Media Nutzung beziehungsweise der Social Media Konsum der an der Photovoice Studie teilnehmenden Jugendlichen zeigte, dass sich die Lebenswelt Social Media und deren Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher sehr individuell gestaltete. Auch zeigten die Ergebnisse, dass ebendiese Motivationen und Inspirationen dazu führten, dass Jugendliche verschiedene Social Media Aktivitäten und Trends auslebten und diese teils auch unterschiedlich in der Wirkung auf ihr eigenes Körperbild wahrnahmen.

## 6.4 Social Media Aktivitäten und Trends

Die von den Jugendlichen beschriebenen unterschiedlichen Social Media Aktivitäten und Trends und deren Wirkung auf ihre Körperbildwahrnehmung ließen sich in drei Gruppen einteilen:

**Körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends:** Deren Mittelpunkt stellten das Aussehen von Körpern oder Personen dar. Diese konnten Körperunzufriedenheit auslösen.

**Konsum von Body Positivity Inhalten auf Social Media:** Hier stand häufig ebenfalls das Aussehen von Körpern im Mittelpunkt. Jedoch beschrieben die Jugendlichen, dass diese Inhalte eine positive Rolle in ihrer Körperbildwahrnehmung spielten. Diese Inhalte wurden im Zusammenhang mit Körperwertschätzung und -akzeptanz genannt. Somit unterschieden sich diese Inhalte von körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends.

**Nicht direkt körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends:** Beschrieben Jugendliche nicht direkt körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends, so wurde ersichtlich, dass die Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher hier durchwegs eine Neutrale bis Positive war. Der Körper rückte zunehmend in den Hintergrund und Themen wie persönliche (sportliche) Erfolge, persönliche Erlebnisse und Erfahrungen, Freundschaft, eine gute Zeit haben und das Wohlfühlen im eigenen Körper konnten für die Jugendlichen in den Vordergrund rücken.

## 6.5 Körper und aussehensbezogene Social Media Wirkungen

Aus dem von den Jugendlichen eingebrachten Bildmaterial und den Bildbeschreibungen zeigte sich, dass bei einigen Inhalten ein sehr starker Bezug auf das Aussehen und Körperbilder erkennbar war. Jugendliche beschrieben, dass diese Inhalte zum einen positiv auf ihre eigene Körperbildwahrnehmung wirken konnten. Beispielsweise, dass Style dabei hilft sich im eigenen Körper wohlfühlen. Zum anderen wurden bei körper- und aussehensbezogenen Inhalten aber auch wiederholt negative Wirkungen auf die Körperbildwahrnehmung von den Jugendlichen beschrieben.

Einige Jugendliche beschrieben, teilweise auch durch persönliche Erfahrungen, dass Social Media ihre Körperbildwahrnehmung so weit beeinflusst hatte, dass eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper ausgelöst wurde. W5 beschrieb, dass diese Körperunzufriedenheit in weiterer Folge dazu geführt hat, dass sie ihr Essverhalten verändert hat.

*„Dann verzichte ich auch auf viel. Und das macht es halt nicht besser, wenn ich dann, weil sich das über Tage streckt und dann, ich hatte auch schon Zeiten gehabt, wo ich wirklich jeden Tag nur Salat gegessen habe und so und halt wirklich darauf geschaut habe.“*

*(Sprecherin: W5)*

**Körper im Mittelpunkt:** Manche der weiblichen Teilnehmenden betonten die Problematik darin, wenn der Körper auf Social Media in den Mittelpunkt rückt.

*„Ja ich finde es schwierig, weil einfach ganz viel auf Social Media, das finde ich sieht man hier auch ganz stark – da sind lauter Frauen im Bikini, die alle einfach krass sexualisiert werden, einfach aufgrund von ihrem Körper und ich finde es ist etwas anderes wenn, klar die Frauen posten das alle selbst, aber es ist einfach bloß der Körper im Fokus und ich finde das ist teilweise einfach ein bisschen problematisch, weil auf Social Media das schon ganz viel Platz hat und das stört mich einfach generell.“*

*(Sprecherin: W8)*

Eine Jugendliche Peerforscherin hob außerdem hervor, dass sie nicht gerne Bilder auf Social Media postet, weil dann der Fokus nur auf dem Bild liegt, und man sich der Meinung anderer dazu aussetzt (W3, siehe unten). Auch einer der männlichen Peerforscher hob hervor, dass die Meinung anderer sehr wichtig sein kann, wenn man Bilder von sich selbst auf Social Media postet. Und dass man sich dadurch auch verändert darstellt, um zu gefallen.

*„Und der Hintergrund von dem Bild war, das ist ein Bild, das mir eigentlich persönlich sehr gut gefällt. Mir gefällt das Outfit, aber ich würde es nicht posten, weil ich mir einfach unsicher wäre, was andere dazu sagen. Also ich würde sagen, dass ich generell schon relativ selbstbewusst bin. Aber manchmal, vor allem wenn man Sachen postet, ist der Fokus genau auf diesem Bild. Man hat dann einfach Angst, dass andere dann schlecht über einen reden und sich dann halt eine Meinung bilden, was ja eigentlich normal ist. aber man will halt einfach teilweise auch gar nicht wissen, was andere darüber denken.“*

*(Sprecherin: W3)*

**Aussehensvergleiche:** Jugendliche beschrieben wiederholt, dass Unsicherheiten und Unzufriedenheiten mit dem eigenen Körper durch Aussehensvergleiche mit Personen auf Social Media ausgelöst wurden.

*„[...] Aber Inspiration bedeutet gleichzeitig, dass man dann irgendwann mal anfängt, an sich selbst zu zweifeln. Und, dass man auch sich mit den Menschen vergleicht, die beispielsweise vielleicht auch eine Nasen-OP haben, oder keine Ahnung was. Und das ist jetzt das Negative allgemein bei den sozialen Medien, das ist jetzt nicht nur auf TikTok bezogen, sondern, dass man sich selbst einfach vergleicht und auch gern, keine Ahnung, eine winzige Nase hätte, oder keine Ahnung was für Lippen oder sowas.“*

(Sprecherin: W1)



Abbildung 7: Symbolbild Pixabay (2023c)

*“Also es hat positive und negative Seiten. Positiv ist halt, wenn man jetzt etwas Cooles auch hat, dann fühlt man sich gleich viel wohler. Aber wenn ich jetzt zum Beispiel krank bin und dann eine ganze Woche daheim liege und dann sehe, wie die auf Instagram postet und wirklich jeden Tag immer gut aussieht, dann ist es halt eher so, oh mein Gott ich sollte jetzt aufstehen und mich anfangen herzurichten, weil so ist, oder halt auch mit dem Körper, wenn ich dann zum Beispiel Chips esse, am Essen bin und dann sehe, wie da eine ihre Bowl postet, dann bin ich auch so, danke.“*

(Sprecherin: W5)

**Schönheitsideale:** Am häufigsten wurden neben Aussehensvergleichen mit Social Media Inhalten, Schönheitsideale als Auslöser für eine Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper aufgrund von Social Media von den Jugendlichen beschrieben.

*„Zum Beispiel an Models, wenn du da die Bilder anschaust, da sieht die Haut immer total perfekt und rein aus zum Beispiel. Und es ist auch immer alles schön in Szene gesetzt und inszeniert. Bei denen sieht immer alles einfach perfekt aus. Und dann bei mir eben nicht zum Beispiel. Das ist dann auch so eine Sache, wo man sich immer denkt, hm könnte besser sein.“*

(Sprecherin: W7)

**Realitäts- und Kontrollverlust:** Mehrere Jugendliche beschrieben, dass Bilder die aussehensbezogene Perfektion auf Social Media vermitteln, sie unterbewusst in ihrer Körperbildwahrnehmung beeinflussen und somit unterbewusst zu Körperunzufriedenheit führen können.



Abbildung 8: Symbolbild Pixabay (2023f)

*“Es hat auch viel positive Seiten, aber so auf das Körperbild ist man glaube ich schon extrem kritisch, wenn man einfach so viel Perfektion, habe ich das Gefühl, auf Instagram sieht oder auf Social Media. Und das kann man bewusst gar nicht abgrenzen. Das fließt dann irgendwie so mit und dann ist das irgendwie so die Realität, obwohl es nicht die Realität ist und wenn ich ein Foto sehe, ist es ja für mich real. Obwohl ich weiß, rational, sie hatte schon eine Schönheitsop gehabt, sie hat einen Filter drauf, sie hat, ich weiß nicht, Licht, alles Mögliche. Die hat sicher Leute, die ihr die Fotos machen. Trotzdem sehe ich das Bild und kann das dann nicht bewusst abgrenzen, sondern unterbewusst passiert ja trotzdem etwas.“*

*(Sprecherin: W8)*

*„Weil eben, wie sie gesagt hat, dein Kopf blendet das aus mit dem, ja das ist bearbeitet und das und das und das ist alles gemacht. Es ist halt in dem Moment wirklich nur das Bild da und das, was du siehst, und da springt mein Kopf dann meistens sofort mit dem, sie hat das da und du hast das da, Sie hat solche Beine, du hast solche Beine, und das verursacht viel Chaos im Kopf dann auch schnell.“*

*(Sprecherin: W5)*

Die Jugendlichen benannten außerdem, dass Funktionen und Geschäftsmodelle von Social Media Apps, wie beispielsweise Algorithmen, aber auch der hohe Konsum von Social Media Inhalten diesen Realitätsverlust zunehmend unterstützen und eine Art Kontrollverlust auslösen. Die Ergebnisse zeigten hier, dass Social Media Plattformen durch ihre Funktionsweisen Körperunzufriedenheit zusätzlich unterstützen konnten.

*„Das Problem ist dann bloß, wenn du dann einmal auf Reels bist zum Beispiel, kannst du nicht mehr kontrollieren was du dann siehst, weil dann kommt es ja auch automatisch, [...] und da merke ich schon, wenn ich dann wieder mal nicht rauskomme aus dem ganzen Strudel, [...] dann merke ich, wenn ich es dann wieder länger verwende, ich lösche Insta immer wieder, weil ich dann merke, jetzt kommt wieder Zeug was ich einfach, was ich dann unbewusst merke, wie ich dann unzufrieden mit mir selbst werden und merke, ich fange an bei mir selbst wieder Zeug zu kritisieren, dass ich nicht kritisieren würde, wenn ich nicht so unrealistische Bilder vor mir sehen würde.“*

*(Sprecherin: W8)*

*„Ja also ich merke jetzt stark, wenn, also wenn ich jetzt einmal so durchscrolle, dann tut es mir nicht wirklich viel, aber wenn ich es jetzt anschau und dann klicke ich auf ihr Profil und schau mir ihr ganzes Profil an, und dann kann ich nicht aufhören und dann, konsumiere immer mehr und mehr von dem. Und das, ich weiß nicht, es macht irgendwas in meinem Kopf, wo ich mir dann so denke, du musst dir mehr davon anschauen.“*

*(Sprecherin: W5)*

## 6.6 Body Positivity Wirkungen

Neben aussehens- und körperbezogenen Social Media-Wirkungen beschrieben Jugendliche in ihren Bildbeschreibungen auch, welche Wirkungen Body Positivity Inhalte auf ihre Körperbildwahrnehmung hatten. Body Positivity Inhalte vermittelten für Jugendliche ein Wohlfühlen im eigenen Körper, was in weiterer Folge zu einer Stärkung ihrer Körperbildwahrnehmung führte. Auch wenn der Körper bei diesen, von den Jugendlichen eingebrachten, Bildern häufig ebenfalls im Mittelpunkt stand, wurden Body Positivity Inhalte von den Jugendlichen weitgehend positiv beschrieben. Botschaften standen für die Jugendlichen hier im Vordergrund des Bildes nicht das Aussehen. Body Positivity Inhalte wurden von manchen Jugendlichen auch als wichtige Reality Checks auf Social Media bezeichnet, die ein Wohlfühlen im eigenen Körper fördern sollen.

Kritisch hervorgehoben wurde von den Jugendlichen die Tatsache, dass der Begriff Body Positivity mittlerweile sehr verallgemeinert wird und zum Teil von Firmen oder von „normschönen“ Influencer\*innen auf Social Media für Marketingzwecke verwendet wird.



Abbildung 9: Symbolbild Pixabay (2023g)

*„Also das hat für mich schon eine tendenziell positivere Wirkung, eindeutig. Einfach, weil ich das Gefühl habe eine Botschaft dahinter ist, eine andere. Es geht für mich auch darum, ok, zieh es an, wenn du, es geht da nicht um ihren Körper, sondern es geht generell um Körper. Und bei der [...] geht es um sie als Person, ist einmal für mich so gewesen, ihre Inszenierung, ihr Körper, ihr Ding. Und da geht es um eine Botschaft hinter dem Foto. Das Foto hat sie gemacht nicht, weil sie ihr Körper inszenieren will, sondern weil es, oder es wäre ja auch ok, aber nicht für das, sondern für die Botschaft hinter dem Foto ein Stück weit. Genau. Und die finde ich positiv.“*

*(Sprecherin: W8)*

*„Also das ist meine Lieblingsinfluencerin, [...], die ist aus Kanada. Und die postet einfach generell, also jetzt auch auf dem Bild, sieht man einmal so Instagram, wie sich eigentlich jeder darstellt, somit einer schönen Pose und ein schönes Bild. Und der zweite Aspekt ist halt, wie schaut man realistisch aus. Also wie ist es realistisch, ohne dass man sich irgendeine Pose überlegt oder sonst was. Und sie vermittelt [...] einfach, dass jeder schön ist, wie er ist, und jeder sich in seinem Körper wohlfühlen soll, so wie er ist, und man sich einfach nicht verändern soll, nur weil andere das sagen.“*

*(Sprecherin: W3)*



Abbildung 10: Symbolbild Pixabay (2023h)

*"Und sie (Anm. Bild Influencerin) ist auch nochmal für Body Positivity. Sie ist auch eine Fitnesstrainerin. Und sie macht Sport nicht dafür, dass sie den perfekten Körper hat, dass sie so ausschauen will wie alle anderen, was als Schönheitsideal angesehen wird, sondern sie will Sport machen für ihre Gesundheit."*

*(Sprecherin: W3)*

## 6.7 Body Neutrality

Einige Teilnehmerinnen der Photovoice beschrieben ein sehr erweitertes Begriffsverständnis für das Thema Körperbild. Diese Jugendlichen berichteten teilweise auch über persönliche Erfahrungen, die dazu geführt haben, dass sie ihre Körper für das wertschätzen gelernt haben, was sie können und leisten. Diese Jugendlichen stellten durchgehend Bilder und Social Media Inhalte vor, in denen der Körper und das Aussehen nicht im Mittelpunkt der Bildbeschreibungen stand, sondern Körperwertschätzung und -akzeptanz Kernbotschaften der Bildbeschreibungen darstellten.



Abbildung 11: Symbolbild Pixabay (2023i)

*„Also ich habe zuerst so ein Bild von Italien, weil ich war mit zwei Freundinnen im Urlaub und so, man realisiert so, dass dein Körper viel mehr ist als wie nur dein Körper, du kannst halt so viele Sachen mit deinem Körper machen. Also zum Beispiel so schöne Dinge sehen und so, und ja. Ich habe mir jetzt nicht so viel dabei gedacht bei dem Bild, ich habe mir einfach gedacht, ja, dass ich dankbar sein soll, dass ich meinen Körper habe.“*

*(Sprecherin: W4)*

*„Und für mich selbst geht es ganz einfach darum vielleicht mehr Richtung Body Neutrality. Das ist so ein neuer Gedanke, dass einfach dem Körper nicht mehr so viel Gewichtung gegeben wird und nicht so sexualisiert wird immer. Und einfach es ist halt ein Körper. Wir müssen auf ihn aufpassen, uns gesund ernähren, aber so, dass wir uns wohlfühlen, und dann ist die Figur an sich näher nicht das größte Thema. Den Gedanken finde ich gut.“*

*(Sprecherin: W8)*

## Selbstreflexion

Zeitgleich zu den körperwertschätzenden und körperakzeptierenden Bildern und Bildbeschreibungen dieser Teilnehmenden, hinterfragten ebendiese Jugendlichen in ihren weiteren mitgebrachten Bildern körper- und aussehensbezogenen Inhalte auf Social Media sehr kritisch in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung.

*„Aber es steht sinnbildlich so ein bisschen für was Sport für mich bedeutet und, dass ich eben selbst so ein bisschen die Entwicklung gemacht habe von ich mache Sport, weil ich will, dass mein Körper so irgendwie aussieht, zu ich mache Sport, weil ich will, dass mein Körper das kann. [...] Und das ist so ein bisschen dieselbe Geschichte, wieder von wegen im Internet gibt es so viele Videos von wegen, mach das Workout und dann verlierst du dein Bauchfett. Mach das Workout, dann schaust du auch so aus. Wo es nur um Aussehen geht. Und es gibt ganz viele, aus meiner Sicht toxische Kanäle, wo es einfach um das Aussehen geht. Und ich habe das Gefühl, ich habe viele Influencer gefunden, wo es einfach nicht darum geht, ich will so oder so ausschauen, sondern wo es einfach um diesen sportlichen Aspekt geht. Ich will das können, ich will, ich weiß nicht, je eben einen Handstand oder so was können.“*

*(Sprecherin: W2)*

## 6.8 Lösungsvorschläge

Im finalen Schritt der Photovoice Studie erfolgte eine Erarbeitung von Lösungsvorschlägen gemeinsam mit den Jugendlichen, die dabei helfen sollten, ein positives Körperselbstbild bei der Social Media Nutzung Jugendlicher zu stärken. In diesem Schritt wurden Lösungsvorschläge erarbeitet, die für die Umsetzung des Projektes #body\_? wichtig sind, in welches diese Masterarbeit eingebettet durchgeführt wurde. Da diese Lösungsvorschläge für die Fragestellung und Ergebnisse der Masterarbeit nicht relevant waren, wurden die Ergebnisse der Lösungsvorschläge in der Masterarbeit nicht angeführt.

## 7 Diskussion

Die Ergebnisse der Photovoice Studie zeigen, dass die Rolle von Social Media in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher im Alter von 15 bis 19 Jahren im Bundesland Vorarlberg sehr individuell gestaltet ist. Es zeigt sich, dass Social Media für die an der Photovoice Studie teilnehmenden Jugendliche eine sehr individuelle Lebenswelt darstellt, die sowohl eine stärkende als auch eine schwächende Wirkung auf ihre Körperbildwahrnehmung haben kann, wie auch viele aktuelle Studien bereits beschrieben haben (Dane & Bhatia, 2023; Papageorgiou et al., 2022; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023)

### 7.1 Social Media Aktivitäten, Trends und deren unterschiedliche Rollen in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher

Aufgrund von unterschiedlichen Motivationen und Inspirationen leben Jugendliche verschiedene Social Media Aktivitäten und Trends aus. Diese lassen sich nach den Ergebnissen dieser Photovoice Studie in drei Gruppen einteilen: **Körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends, (bspw. Styling und Make-up Trends oder Fitnessinhalte) Konsum von Body Positivity Inhalten auf Social Media (bspw. Instagram vs. Reality Bilder), und nicht direkt körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends (bspw. Inhalte, in denen der menschliche Körper nicht im Mittelpunkt steht)**<sup>3</sup>. Vergleichbare Gruppen der Social Media Nutzung beschreibt auch eine jüngst veröffentlichte Publikation (Tylka et al., 2023). Die Autor\*innen Skogen et al. heben hervor, dass verschiedene Aktivitätstypen aus Social Media in Beziehung zur mentalen Gesundheit Jugendlicher stehen könnten und verdeutlichen die Relevanz der Problematik aus Public Health Sicht (Skogen et al., 2021). Dies unterstreichen auch die Ergebnisse dieser Masterarbeit. Während körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends eine Körperunzufriedenheit auslösen können, kann der Konsum von Body Positivity Inhalten auf Social Media, und nicht direkt körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends eine neutrale bis positive Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher spielen.

---

<sup>2</sup>Die zentralen Aussagen in diesem Kapitel und den dazugehörigen Unterkapiteln sind für eine übersichtliche Darstellung in fett hervorgehoben.

Auch die Studie von Cohen, Fardouly, et al. hat gezeigt, dass nicht aussehensbezogene Social Media Inhalte keinen Auswirkungen auf die Körperbildwahrnehmung junger Frauen hatten (Cohen, Fardouly, et al., 2019). Slater et al. fanden heraus, dass Frauen die fitspiration<sup>4</sup> Inhalte abwechselnd mit Social Media Zitaten zu Selbstmitgefühl<sup>5</sup> ansahen, mehr Körperzufriedenheit, Wertschätzung und Selbstmitgefühl zeigten, als Frauen, die ausschließlich fitspiration Inhalte konsumierten (Slater et al., 2017).

Saiphoo & Vahedi beschreiben ebenfalls, dass die Stärke der Beziehung von Social Media und Körperbildstörungen unter anderem von der Art der Social Media-Aktivität abhängen kann. So weist beispielsweise eine aussehensbezogene Social Media-Aktivität einen größeren Zusammenhang zwischen Social Media und Körperbildstörungen auf als eine allgemeine Social Media Nutzung (Saiphoo & Vahedi, 2019). Auch Vuong et al. unterstützen diese Ergebnisse. Eine aussehensbezogene Social Media Nutzung zeigten in den Ergebnissen ihrer Studie eine Assoziation mit Körperunzufriedenheit bei Mädchen und Jungen (Vuong et al., 2021).

Die Autor\*innen Dane & Bhatia beschreiben ebenfalls, dass körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends in Beziehung zu Körperunzufriedenheit stehen. Eine aussehensbezogene Social Media Nutzung kann durch Verhalten wie Selbst-Objektifizierung, Vergleich, und der Internalisation eines dünnen, fitten Schönheitsideals eine Körperunzufriedenheit bei jungen Menschen auslösen (Dane & Bhatia, 2023). Dass Verhaltensmuster wie Objektifizierung des eigenen Körpers, Aussehensvergleiche und die Internalisation von Schönheitsidealen eine Rolle in der Beziehung von Social Media und einer negativen Körperbildwahrnehmung Jugendlicher spielen kann, zeigen auch die Ergebnisse der Photovoice Studie. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse der Masterarbeit aber auch, dass nicht direkt körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends und der Konsum von Body Positivity Inhalten positiv auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher wirken können. Dies ist eine Erweiterung bisheriger Forschungsergebnisse.

---

<sup>4</sup>fitspiration: Social Media Inhalte, die zu Sport und gesundem Verhalten anregen sollen (Jerónimo & Carraça, 2022). Häufig steht bei dieser Art von Inhalten aber das Aussehen eines fitten und schlanken Körpers im Vordergrund (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019).

<sup>5</sup>Selbstmitgefühl: Mitgefühl mich sich selbst haben, Freundlichkeit zu sich selbst pflegen und nicht über sich selbst urteilen (Slater et al., 2017).

Der aktuelle Forschungsstand im Bereich der positiven Auswirkungen von Social Media Inhalten auf die Körperbildwahrnehmung junger Erwachsenen und insbesondere Jugendlicher, weist noch wenige Daten auf. Dies gilt insbesondere für den deutschsprachigen Raum. Daher sind die Ergebnisse der vorliegenden Masterarbeit eine Ergänzung zu aktueller Forschung und insbesondere aus der Perspektive der Zielgruppe.

Da die Daten der vorliegenden Studie Hinweise auf Gefährdungspotenziale durch Social Media im Kontext des Körperbildes zeigen, lässt sich der Risikokreislauf nach Dane & Bhatia, (2023) auf die Ergebnisse der Photovoice Studie übertragen beziehungsweise trägt zu ihrer Erklärung bei. Zusätzlich lässt sich aus den Ergebnissen aber auch ein Chancenkreislauf von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher ableiten, was es erlaubt, einen theoretischen Beitrag zu leisten: eine Erweiterung des Modells von Dane & Bhatia (2023).

Dieser Risiko- und Chancenkreislauf wird nun im nachfolgenden Kapitel dargestellt und beschrieben.

## 7.2 Risiko- und Chancenkreislauf der Social Media Nutzung auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher

Die untenstehende Abbildung zeigt die Darstellung eines einfachen **Risikokreislaufes**. Die Grundlage bildet der Risikokreislauf von Dane & Bhatia (2023), der in Kapitel 2.2.3 beschrieben und dargestellt wird. Dieser Risikokreislauf wurde basierend auf den Ergebnissen der Photovoice Studie, um einen **Chancenkreislauf** ergänzt. Daraus ergibt sich das Modell eines **Risiko- und Chancenkreislaufes** der Social Media Nutzung auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher.

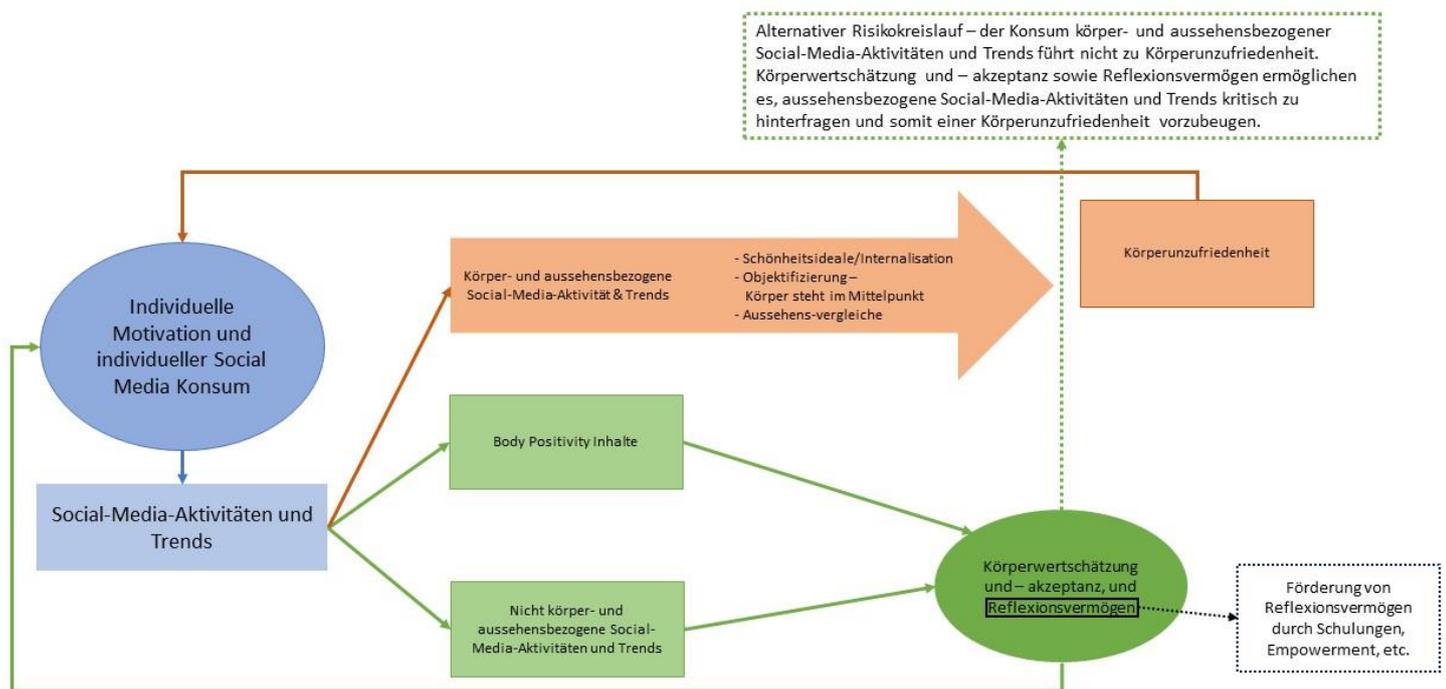


Abbildung 12: Risiko-Chancenkreislaufmodell von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher (eigene Darstellung)

Abbildung 12 zeigt eine eigene Darstellung dieses Risiko-Chancenkreislaufes. Die blauen Felder zeigen die individuelle Motivation und den individuellen Social Media Konsum Jugendlicher. Daraus ergeben sich die unterschiedlichen Social Media Aktivitäten und Trends, die zu unterschiedlichen Pfaden (Risiko- oder Chancenpfad) führen. Der rote Pfad beschreibt den Risikokreislauf. Der grüne Pfad zeigt den Chancenkreislauf von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung junger Menschen. Zudem wird ein, sich durch im Chancenkreislauf entwickelte Kompetenzen wie beispielsweise Körperwertschätzung und -akzeptanz sowie Reflexionsvermögen, alternativer Risikokreislauf gezeigt. Dieser wird dadurch ermöglicht, dass ebendiese Kompetenzen zu einem kritischeren und bewussteren Konsum hinsichtlich der Auswirkung körper- und aussehensbezogener Inhalte auf die eigene Körperbildwahrnehmung führen. Somit kann Körperunzufriedenheit, ausgelöst durch aussehensbezogene Inhalte vorgebeugt werden.

## **Risikokreislauf**

Aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends können laut den Ergebnissen dazu führen, dass Jugendliche sich durch verschiedene Verhaltensmuster wie der Internalisation von Schönheitsidealen, Aussehensvergleiche, und das In-den-Mittelpunkt-Stellen des Körpers unzufrieden in ihrem eigenen Körper fühlen. Manche Jugendliche, die über persönliche Körperunzufriedenheit berichteten, stellten unter anderem auch vermehrt aussehensbezogene Bildinhalte in der Photovoice Studie vor. Daraus erschließt sich zudem die Möglichkeit, dass eine durch Social Media ausgelöste Körperunzufriedenheit dazu führen kann, dass körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends ständig weiterverfolgt werden. Daraus ergibt sich ein stetiger Risikokreislauf.

## **Chancenkreislauf**

Fähigkeiten, wie Körperwertschätzung und -akzeptanz sowie Reflexionsvermögen der Jugendlichen, können dazu führen, dass auf Social Media mehr Body Positivity Inhalte konsumiert, nicht körper- und aussehensbezogene Aktivitäten und Trends bevorzugt und körper- und aussehensbezogene Aktivitäten und Trends eher erkannt und kritisch hinterfragt werden können.

Zusätzlich ermöglichen nicht körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends und der Konsum von Body Positivity Inhalten die Förderung eines ausgewogeneren Nutzungsverhaltens und damit eines positiveren Körperselbstbildes Jugendlicher. Damit einher geht auch die Entwicklung wichtiger Fähigkeiten wie Körperwertschätzung und -akzeptanz sowie Reflexionsvermögen.

Dadurch ergibt sich zum einen ein möglicher Chancenkreislauf, der ein positives Körperselbstbild bei Jugendlichen fördern kann. Zum anderen ergibt sich die Möglichkeit, eines alternativen Risikokreislauf von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher. Die Entwicklung von Körperwertschätzung und -akzeptanz sowie Reflexionsvermögen führen zu einer reflektierten und kritischeren Social Media Nutzung. Somit kann einer Körperunzufriedenheit junger Menschen durch aussehensbezogene Social Media Inhalte vorgebeugt werden. Insbesondere das Reflexionsvermögen kann beispielsweise durch Schulungen, Empowerment, etc. der Jugendlichen gefördert werden, wie auch in Abbildung 12 (S. 46) dargestellt wird.

Ein mit dem Risiko-Chancenkreislaufes dieser Masterarbeit vergleichbares, aber ausschließlich literaturbasiertes, theoretisches Modell wurde jüngst von den Autor\*innen Tylka et al. publiziert. Das Modell trägt den Namen „*the theory of the development of critical body*

*awareness on social media (Rodgers & Laveway, 2022)*“ (Tylka et al., 2023, S.215). Hierbei handelt es sich um ein Modell, das auf Daten verfügbarer Literatur zurückgegriffen hat. Die Autor\*innen empfehlen weitere Forschung, um das von ihnen entwickelte Modell zu testen und zu verfeinern. Nicht zuletzt auch aufgrund der geringen empirischen Forschungslage, welche im Modell beschriebene Grundsätze überprüfen (Tylka et al., 2023). Die vorliegende Masterarbeit leistet hier einen Forschungsbeitrag, da die vorliegenden Ergebnisse einen Teilbereich dieses Modells mit partizipativ erhobener Daten Jugendlicher hinterlegt. Hervorgehoben werden kann hier beispielsweise, wie verschiedene Motivationen in der Social Media Nutzung zu einem individuellem Konsum von Social Media Inhalten, und somit in weiterer Folge zu unterschiedlichen Auswirkungen auf die Körperbildwahrnehmung führen. Dies verdeutlicht die Relevanz eines Risiko-Chancenkreislaufes von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und der Notwendigkeit von weiteren Studien, die diese Zusammenhangsannahmen überprüfen. Der Beitrag der vorliegenden Masterarbeit hinsichtlich Ergänzung um einen Chancenkreislauf sollte hier explizit aufgegriffen werden, um Interventionsmöglichkeiten konkreter zu untersuchen.

Um die Bedeutung des Risiko-Chancenkreislaufes deutlicher darzustellen und die entsprechenden Hinweise aus den Ergebnissen der Masterarbeit mit aktueller Literatur zu verknüpfen, werden nun nachfolgend die Wirkungen der unterschiedlichen Social Media Aktivitäten und Trends auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher genauer beschrieben.

### 7.3 Verhaltensmuster im Risikokreislauf Social Media - Körperbildwahrnehmung

Dass Social Media nicht direkt zu Körperunzufriedenheit führt, sondern vielmehr verschiedene Verhaltensmuster bei der Social Media Nutzung, wie beispielsweise die Internalisation von Schönheitsidealen, Aussehensvergleiche und das In-den-Mittelpunkt-Stellen des Körpers, zu Körperunzufriedenheit bei jungen Menschen führen können, beschreiben nicht nur die Ergebnisse dieser Masterarbeit. Auch Studien heben die Möglichkeit hervor, dass verschiedene Verhaltens- oder Denkmuster Auslöser für eine Körperunzufriedenheit sein können (Dane & Bhatia, 2023; Saiphoo & Vahedi, 2019).

Anschließend werden daher nun die in den Ergebnissen der Masterarbeit erfassten Verhaltensmuster, die im Risikokreislauf dargestellt sind, näher diskutiert. Die vertiefte Diskussion des Chancenkreislaufes erfolgt ab Kapitel 7.5.

#### 7.3.1 Der Körper steht im Mittelpunkt – Objektifizierung auf Social Media

In der vorliegenden Studie legten Jugendliche in ihren Bildbeschreibungen den Fokus wiederholt auf das Aussehen von Personen. (Styling und Make-up Trends, figurformende Unterwäsche, das Arbeiten am eigenen Körper, das Posten von Gym-Selfies, Workouts die bestimmte Körperteile formen sollen, etc.). Der Körper und sein Aussehen rückten für die Jugendlichen auf Social Media auch bei auf den ersten Blick nicht direkt aussehensbezogenen Themen wie beispielsweise Sport und Ernährung immer wieder in den Vordergrund. Die Autor\*innen Skogen et al. fanden heraus, dass eine vermehrte Fokussierung auf die eigene Selbstdarstellung auf Social Media Auswirkungen auf die psychische Gesundheit junger Menschen hat, insbesondere bei der Nutzung visueller Plattformen wie Instagram oder TikTok (Skogen et al., 2021).

Papageorgiou et al. beschreiben ebenfalls, dass die Körperwahrnehmung der an ihrer Studie teilnehmenden weiblichen Jugendlichen größtenteils durch ihr Aussehen erfolgte. Die Autor\*innen heben hervor, dass dies andeutet, dass Selbstobjektifizierung ein relevantes Thema für die Erforschung der Beziehung zwischen Social Media Nutzung und Körperbild ist (Papageorgiou et al., 2022). Die an der Photovoice Studie teilnehmenden Jugendlichen berichteten nicht direkt darüber, ob und inwieweit die Objektifizierung des Körpers auf Social Media eine Körperunzufriedenheit bei ihnen auslöst. Hier könnte weitere Aufklärung bzw. Reflexionstraining nötig sein. Bei manchen Jugendlichen spielten jedoch aussehensbezogene Inspirationen auf Social Media, wie beispielsweise Style, eine sehr wichtige Rolle in ihrer Körperbildwahrnehmung.

Manche der Jugendlichen hoben außerdem kritisch hervor, dass sie es als problematisch für die Körperbildwahrnehmung empfinden, wenn man auf Social Media auf den Körper und das Aussehen reduziert wird. Daher lassen die Ergebnisse darauf schließen, dass die Möglichkeit einer durch Objektivierung ausgelösten Körperunzufriedenheit durch Social Media Nutzung besteht, aktuell aber eher die Reduktion auf das Aussehen bewusst ist. Hier bedarf es weiterer Studien, um die Rolle der Selbstobjektivierung durch Social Media auf eine Körperunzufriedenheit zu untersuchen.

### 7.3.2 Aussehensvergleiche

Aussehensvergleiche wurden von den an der Photovoice teilnehmenden Jugendlichen wiederholt in Zusammenhang mit einer durch Social Media ausgelösten Körperunzufriedenheit beschrieben. Aussehens- und körperbezogene Social Media Aktivitäten und Trends können dazu führen, dass der eigene Körper mit präsentierten Körpern auf Social Media verglichen wird und in weiterer Folge eine Körperunzufriedenheit entsteht. Dass aussehensbezogene Vergleiche eine ernstzunehmende Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher spielen, betonen verschiedenste aktuelle Studien (Bozzola et al., 2022; Hjetland et al., 2021; Jiotsa et al., 2021; Mahon & Hevey, 2021; Martinac Dorčić et al., 2023; Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023).

Mahon & Hevey beschreiben aussehensbezogene Vergleiche mit Personen auf Social Media, wie beispielsweise Influencer\*innen oder Gleichaltrige, als Hauptquelle für eine durch Social Media ausgelöste Körperunzufriedenheit (Mahon & Hevey, 2021). Auch die Jugendlichen der Photovoice Studie berichteten darüber, dass aussehensbezogene Vergleiche mit Personen auf Social Media dazu führen können, dass man sich unzufrieden im eigene Körper fühlt. Martinac Dorčić et al. betonen, dass ein sozialer Vergleich eine signifikante Relevanz im späteren Jugendalter bezüglich des Aussehens und Gewichtes und somit auf die Körperzufriedenheit hat (Martinac Dorčić et al., 2023).

### 7.3.3 Schönheitsideale auf Social Media – Die Verinnerlichung eines dünnen und fitten Körperideals

Dass Schönheitsideale auf Social Media zu einer Körperunzufriedenheit führen können, geht aus den Ergebnissen der Photovoice Studie ebenfalls hervor. Insbesondere der Begriff „Perfektion“ dominiert hier. Dargestellte Perfektion auf Social Media führt dazu, dass sich Jugendliche auf Social Media ständig vermeintlich "perfekten" Körpern ausgesetzt fühlen, die sie in ihrer Körperbildwahrnehmung beeinflussen und zu einer Unzufriedenheit mit ihrem eigenen Körper führen können.

Eine zusätzliche Problematik aus Sicht von Public Health geht aus der Verinnerlichung eines dünnen und fitten Körperideals hervor. Dane & Bhatia beschreiben in ihrer Review die Internalisierung eines dünnen, fitten Ideals als Mediator in der Beziehung von Social Media und der Körperbildwahrnehmung junger Menschen (Dane & Bhatia, 2023). Oft entsprechen die vermeintlich „perfekten“ Körper, die Jugendliche in der vorliegenden Erhebung beschrieben, einem dünnen und fitten Körperideal. Viele Studien zeigen ähnliche Ergebnisse. So korrelieren Social Media Nutzung und die Internalisierung eines dünnen fitten Körperideals signifikant mit einer Körperunzufriedenheit bei Mädchen und Jungen im Alter von 11 bis 17 Jahren (Vuong et al., 2021).

Sowohl aus den Ergebnissen der Photovoice Studie als auch aus aktuellen wissenschaftlichen Publikationen geht hervor, dass Social Media Trends und Influencer\*innen eine ernstzunehmende Rolle in der Verinnerlichung von Schönheitsidealen auf Social Media spielen. Beispielsweise können sogenannte fitspiration Inhalte auf Social Media, die eigentlich zu körperlicher Fitness motivieren und inspirieren sollen, negative Effekte auf die Körperbildwahrnehmung und den Gefühlszustand haben, insbesondere bei Jugendlichen (Jerónimo & Carraça, 2022). Dies beschrieb auch eine Teilnehmende der Photovoice Studie. Sportinhalte auf Social Media können dazu führen, dass man das Gefühl hat, selbst Sport ausüben zu müssen, um einem Schönheitsideal zu entsprechen, was wiederum eine Körperunzufriedenheit auslöst.

Von weitere Bedeutung sind Influencer\*innen, die einen scheinbar gesunden Lebensstil auf Social Media vermitteln. Durch die Darstellung strikter Ernährungs- und Sportgewohnheiten, die ein fittes und dünnes Körperbild erzielen sollen, rückt das Aussehen des Körpers in den Vordergrund (siehe hierzu auch oben das Thema der Objektivierung bzw. Reduktion der Person auf ihr Aussehen). Somit vermitteln Influencer\*innen, dass physische und psychischer Gesundheit von einem schlanken, fitten äußeren Erscheinungsbild abhängen (Pilgrim & Bohnet-Joschko, 2019). Dies ist aus Public Health Sicht von großer Relevanz, insbesondere wenn man berücksichtigt, dass Jugendliche der Photovoice Studie vor allem bei aussehensbezogenen Social Media Aktivitäten und Trends Körperunzufriedenheit beschreiben. Denn somit könnte neben einer Verinnerlichung von Schönheitsidealen auch eine möglicherweise schädigende Gleichsetzung von Aussehen und Gesundheit von Jugendlichen verinnerlicht werden. Hier bedarf es weiterer Forschung, um dieser Hypothese nachzugehen.

## 7.4 Realitätsverlust, Kontrollverlust und Konsummengen auf Social Media

Ein weiterer, ernstzunehmender Aspekt in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher, der aus den Ergebnissen der Photovoice hervorgeht, ist der des Realitätsverlustes. Insbesondere die weiblichen Jugendlichen beschrieben wiederholt, dass sie sich bewusst darüber sind, dass dünne fitte Schönheitsideale vermittelt werden, und dass mögliche Bildbearbeitungen oder Schönheitsoperationen nicht offen kommuniziert werden. Dies schützt die weiblichen Jugendlichen aber nicht davor, dass Aussehensvergleiche oder die Verinnerlichung von Schönheitsidealen stattfinden. Jugendliche beschrieben als Folge einen Realitätsverlust durch Social Media, der sich negativ auf ihre Körperzufriedenheit auswirkt.

Dass das Thema des Realitätsverlusts auf Social Media, wie es die Mädchen der Photovoice Studie beschrieben, eine ernsthafte Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher bei Social Media Nutzung spielen könnte, thematisieren auch verschiedene aktuelle Publikationen (Hjetland et al., 2021; Kleemans et al., 2018; Martinac Dorčić et al., 2023). Das Wissen über Manipulation von Bildern auf Social Media hilft Jugendlichen nicht immer, sich nicht negativ in ihrer Körperbildwahrnehmung und Körperzufriedenheit beeinflussen zu lassen (Mahon & Hevey, 2021; Papageorgiou et al., 2022). Hier zeigen sich Grenzen von Sensibilisierung und Aufklärung, weshalb hier unter Umständen über Maßnahmen wie Kennzeichnungspflichten von Bearbeitungen nachzudenken wäre.

Dass die Menge des Social Media Konsums ebenfalls eine ernstzunehmende Rolle in der Körperbildwahrnehmung und Körperzufriedenheit Jugendlicher spielt, berichten neben den Jugendlichen der Photovoice Studie auch verschiedene vorangegangene Studien. Häufig geht ein erhöhter Social Media Konsum mit einer erhöhten Körperunzufriedenheit einher (Vincente-Benito & Ramírez-Durán, 2023; Martinac Dorčić et al., 2023). Saiphoo & Vahedi heben insbesondere die Problematik hervor, dass Jugendliche durch eine häufigere Social Media Nutzung mitunter auch selbst mehr aussehens- und körperbezogene idealisierte Inhalte posten – trotz gegebenenfalls vorliegender Sensibilisierung, wie oben beschrieben. Diese Posts können dann in weiterer Folge aussehensbezogene Vergleichsmöglichkeiten für andere Jugendliche und junge Erwachsene darstellen, die dann ebenfalls in ihrer Körperbildwahrnehmung beeinflusst werden (Saiphoo & Vahedi, 2019). Dieser indirekte Einfluss auf die eigene Körperbildwahrnehmung durch Social Media wurde auch unter den Jugendlichen der Photovoice Studie diskutiert. Eine Teilnehmerin beschrieb, dass sie, wenn sie ein schönes Foto sieht, sich dann auch das Profil dieser Person anschaut und dann das Gefühl hat, immer mehr konsumieren zu müssen, was sich dann auf ihre Körperbildwahrnehmung auswirken kann.

Eine weitere Teilnehmerin hebt neben der Konsummenge vor allem den Kontrollverlust über die konsumierten Inhalte durch Algorithmen hervor. Sie kritisiert, dass sie teilweise keine Kontrolle über aussehensbezogenen Inhalte auf Social Media hat, die ihr vorgeschlagen werden. Diese werden ihr vom Algorithmus der Social Media App vorgegeben. Auch dies wird mit Auswirkungen auf die eigene Körperbildwahrnehmung beschrieben. Auch die Autor\*innen Harriger et al. heben den problematischen Einfluss von Algorithmen auf Social Media auf das Wohlbefinden junger Menschen hervor. Die Autor\*innen betonen, dass auch wenn Social Media Nutzer\*innen versuchen verschiedenen Inhalte auf Social Media zu meiden, sie trotzdem nicht immer vor den gemiedenen Inhalten geschützt sind (Harriger et al., 2022)

## 7.5 Die stärkende Rolle von Body Positivity in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher

### 7.5.1 Aussehensbezogene Inhalte vs. Body Positivity

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln diskutiert wurde, zeigen die Ergebnisse, dass körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends einen Risikofaktor in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher darstellen. Eine mögliche Ausnahme stellen sogenannte Body Positivity Inhalte<sup>6</sup> dar. Die Ergebnisse der Photovoice Studie zeigen, dass trotz des Fokus auf Körper und Aussehen der Body Positivity Inhalte, diese von den Jugendlichen als stärkend auf ihre Körperbildwahrnehmung beschrieben wurden. Dies wird auch im oben dargestellten Chancenkreislauf aufgegriffen.

Cohen, Irwin et al. beschreiben ebenfalls inhaltliche Unterschiede von Body Positivity Inhalten auf Social Media im Vergleich zu fitspiration/thinspiration<sup>7</sup> Inhalten. Obwohl beide Arten von Inhalten der Objektifizierung von Körpern entsprechen, zeigte sich, dass Body Positivity Beiträge eine Vielzahl verschiedener Körperformen und Aussehen beinhalteten. Diese entsprechen nicht den gängigen gesellschaftlichen Schönheitsidealen. Als Beispiele heben die Autor\*innen Hautunreinheiten oder Bauchfett hervor. Die Studie betont weiters, dass die Mehrheit der Body Positivity Beiträge auf Instagram Botschaften vermitteln, die mit den theoretischen Definitionen eines positiven Körperselbstbildes übereinstimmten (Cohen, Irwin, et al., 2019). Auch Rodgers et al. betonen, dass Body Positivity Posts, die eine vielfältigere Darstellung von Körperbildern und eine geringere Fokussierung auf das Aussehen anstreben, positive Auswirkungen auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher haben (Rodgers et al., 2023).

---

<sup>6</sup>Body Positivity: Ein Social Media Trend, der im Gegensatz zu sozialen Schönheitsidealen steht und eine Körperwertschätzung und Körperakzeptanz alle Körper und Aussehen propagiert (Cohen, Irwin, et al., 2019).

<sup>7</sup>thinspiration: Bilder oder Textinhalte, die zu Gewichtsverlust inspirieren sollen (Cohen, Irwin, et al., 2019)

Hautunreinheiten und Bauchfett zeigten sich auch in den, von den jugendlichen eingebrachten Body Positivity Bildern der Photovoice Studie. Diese Body Positivity Inhalte wurden auch von den weiblichen Jugendlichen der Photovoice Studie als stärkend auf ihre Körperbildwahrnehmung wahrgenommen. Diese Inhalte vermitteln ein Wohlfühlen im eigenen Körper und, dass jeder Körper schön ist.

### 7.5.2 Body Positivity spielt eine stärkende Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher

Die teilnehmenden Jugendlichen der Photovoice beschreiben, dass Body Positivity Inhalte eine stärkende Rolle in ihrer Körperbildwahrnehmung übernehmen können. Dies zeigen auch aktuelle Studien (Cohen, Fardouly, et al., 2019; Tiggemann & Anderberg, 2020). Cohen, Fardouly et al. beschreiben beispielsweise, dass bereits ein kurzes Ansehen von Body Positivity Inhalten mit Körperzufriedenheit, Körperwertschätzung und gesteigerter Gefühlslage junger Frauen assoziiert war, verglichen mit aussehensneutralen Beiträgen und Social Media Beiträgen, die dünne, idealisierte Körper enthielten (Cohen, Fardouly, et al., 2019).

Bestimmte Social Media Contents können also auch wichtige Gegenpole zu aussehensbezogenen Social Media Inhalten darstellen, die sich auf idealisierte Schönheitsideale konzentrierten. Die Jugendlichen der Photovoice Studie betonen die Bedeutung, die Body Positivity Inhalten in Form von sogenannten „Reality Checks“ für sie haben können. Eine Möglichkeit solcher Reality Checks stellen sogenannte Instagram vs. Reality Bilder<sup>8</sup> dar, die eine der Jugendlichen in der Photovoice Studie vorstellte. Hier werden reale den bearbeiteten Bildern direkt gegenübergestellt. Die Wirkung von Instagram vs. Reality Bildern auf die Körperzufriedenheit und Körperwertschätzung junger Frauen zwischen 18 und 30 Jahren wurde auch in einer aktuelleren Studie untersucht. Die Ergebnisse dieser Studie zeigten, dass junge Frauen zufriedener mit ihrem Körper waren, wenn sie sich eine Paarung aus Instagram vs. Reality Bildern und realen Bildern ansahen, als wenn sie sich Instagram vs. Reality Bilder gepaart mit idealisierten Bildern ansahen (Tiggemann & Anderberg, 2020).

Auch Rodgers et al. beschreiben, dass Body Positivity Inhalte auf Social Media, die die unrealistische Seite von Social Media hervorheben und kritisieren, hilfreich in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und junger Erwachsener sein können. Diese Art der Body Positivity Inhalte zählen gemeinsam mit Inhalten, die gängige Schönheitsideale

---

<sup>8</sup>Instagram vs. Reality: Zwei Bilder derselben Person werden in einem Instagram Post dargestellt. Ein Bild zeigt eine idealisierte Darstellung, das andere eine natürliche Darstellung (Tiggemann & Anderberg, 2020).

kritisieren und zu Körperwertschätzung aufrufen, zu den für Jugendliche hilfreichsten Body Positivity Inhalten. Die Autor\*innen betonen jedoch auch, dass positive Effekte in unterschiedlicher Weise auf Individuen wirken können, je nachdem wie Social Media Nutzer\*innen ihren eigenen Körper wahrnehmen und in welcher Art und Weise sie sich mit den Body Positivity Inhalten identifizieren können (Rodgers et al., 2023).

Dass hier mögliche Unterschiede in der Wahrnehmung von Body Positivity Inhalten bei den Jugendlichen vorliegen könnten, deuten auch die Ergebnisse der vorliegenden Photovoice Forschung an. Während Body Positivity Inhalte von vielen teilnehmenden Jugendlichen durchaus als positiv für die eigene Körperbildwahrnehmung beschrieben wurde, beschreiben manche Jugendliche auch eine zunehmend missbräuchliche Nutzung des Body Positivity Begriffes auf Social Media. Sie kritisierten, dass der Trend vermehrt für Marketingzwecke und von Menschen, die sehr wohl dem gängigen Schönheitsideal entsprechen, verwendet wird. Somit gilt es zu bedenken, dass, wie auch Rodgers et al. in ihrer Studie betonen, Body Positivity zwar durchaus eine stärkende Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher spielen kann, dies jedoch nicht auf alle Jugendlichen zutrifft bzw. nicht immer der Fall ist. Die Ergebnisse der Photovoice deuten darauf hin, dass hier neben der Glaubwürdigkeit der Inhalte die Selbstreflexion der Jugendlichen eine bedeutende Rolle darin spielen kann, wie Social Media Inhalte und auch Body Positivity Inhalte konsumiert und wahrgenommen werden. Die Rolle der Selbstreflexion in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher, sowie die Rolle der Selbstreflexion in der Social Media Nutzung Jugendlicher wird nun im nächsten Kapitel näher beschrieben.

## 7.6 Die stärkende Rolle der Selbstreflexion in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher

Wie bereits am Ende des vorherigen Kapitels angesprochen, zeigen einige der an der Photovoice teilnehmenden Jugendlichen eine hohe Selbstreflexion in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung und können auch Body Positivity Inhalte fundiert hinterfragen sowie dazu Vorschläge machen. Diese betreffen insbesondere Body Neutrality.

### 7.6.1 Body Neutrality

Einige Jugendlichen der Studie stellten durchgehend Bilder und Social Media Inhalte vor, in denen der Körper und das Aussehen im Hintergrund der Bildbeschreibungen standen. Themen wie Körperwertschätzung und -akzeptanz stellten hier Kernbotschaften der Bildbeschreibungen dar und wurden als stärkend im Hinblick auf die eigene Körperbildwahrnehmung empfunden. Diese Beschreibungen wurden von manchen Jugendlichen auch mit dem Begriff Body Neutrality in Verbindung gebracht.

Der Begriff Body Neutrality steht dabei für eine Bewegung auf Social Media, in der sich 3 Elemente bzw. Aussagenwiederfinden:

- Eine neutrale Einstellung gegenüber dem eigenen Körper ist realistischer, achtsamer und flexibler;
- Den Körper für das wertschätzen und respektieren, was er leistet und sich um den eigenen Körper kümmern;
- Der Selbstwert wird nicht definiert durch das Aussehen einer Person

(Pellizzer & Wade, 2023).

Nicht nur die Jugendlichen der Photovoice beschrieben die positive Wirkung von Körperwertschätzung und -akzeptanz auf Social Media auf ihre eigene Körperbildwahrnehmung. Auch eine aktuelle Studie beschreibt, dass die Social Media Bewegung der Body Neutrality zu einer höheren Akzeptanz bezüglich der Funktionalität und des Aussehens des eigenen Körpers junger Menschen führen kann (Seekis & Lawrence, 2023).

## 7.6.2 Selbstreflexion

Die Ergebnisse deuten jedoch auch darauf hin, dass nicht nur der ausschließliche Konsum von Body Neutrality Inhalten und anderen nicht direkt aussehensbezogenen Social Media Aktivitäten und Trends wesentlich für die Stärkung eines positiven Körper selbstbildes Jugendlicher ist. Auch eine bereits bestehende selbstreflektierte körperwertschätzende und -akzeptierende Einstellung der Jugendlichen scheint eine maßgebliche Rolle in der Nutzung von Social Media in Bezug auf die Körperzufriedenheit zu spielen. Gleichzeitig zu den körperwertschätzenden und körperakzeptierenden Bildern und Bildbeschreibungen der an der Photovoice teilnehmenden Jugendlichen, beschrieben ebendiese Jugendliche in ihren mitgebrachten Bildern körper- und aussehensbezogenen Inhalte auf Social Media sehr kritisch in Bezug auf ihre Körper bildwahrnehmung. Schönheitsideale und die Realität dieser Ideale wurden in Frage gestellt. Außerdem wurden Body Positivity Inhalte vermehrt positiv in ihrer Wirkung auf die Körper bildwahrnehmung hervorgehoben. Auch berichteten diese Jugendlichen teilweise über persönliche Erfahrungen, in denen sie gelernt hatten, ihren Körper wertzuschätzen für das, was er kann und leistet. Dies spricht für eine **selbstreflektierte Einstellung** dieser Jugendlichen in Bezug auf ihre Körper bildwahrnehmung.

Dies deutet, **gemeinsam mit einem achtsamen Social Media Konsum** dieser Jugendlichen, darauf hin, dass eine hohe Selbstreflexion eine wichtige Rolle in der Social Media Nutzung in Bezug auf die Entwicklung eines positiven Körper selbstbildes spielen kann. Mulgrew et al. beschreiben hier vergleichbare Ergebnisse. Die Autor\*innen berichteten, dass eine positive Selbstreflexion in Bezug auf Aussehen und Funktionalität des eigenen Körpers unmittelbare Vorteile für die Körperzufriedenheit der jungen weiblichen Studienteilnehmerinnen hatte. Jedoch beschreiben die Autor\*innen weiters, dass dieser positive Effekt der Selbstreflexion auf die Körperzufriedenheit bei der direkten Betrachtung aussehensbezogener Medieninhalte nicht mehr bestand (Mulgrew et al., 2017).

Diese Annahme lässt sich auch aus den Ergebnissen der Photovoice ableiten. Zwar scheint eine Selbstreflexion laut der Inhaltsanalyse nicht vor Aussehensvergleichen zu schützen, jedoch werden diese Inhalte laut den Beschreibungen der Jugendlichen bei hoher Selbstreflexion bewusst weniger konsumiert. Nicht zuletzt daher, weil sich die Jugendlichen der negativen Wirkungen aussehensbezogener Inhalte auf ihre eigene Körper bildwahrnehmung bewusst zu sein scheinen. Diese Annahme ist auch im Modell des Chancenkreislauf berücksichtigt (siehe Chancenkreislauf: Abbildung 12, S 46). Aufgrund der jedoch nur gering verfügbaren aktuellen Studienlage hierzu bedarf es weiterer Forschung, um diese Annahme zu überprüfen.

### 7.6.3 Die Photovoice Methode als gesundheitsförderliche Maßnahme um die Selbstreflexionsfähigkeit Jugendlicher zu stärken

Geht man davon aus, dass eine Fähigkeit zu Selbstreflexion in Bezug auf Aussehen und Funktionalität des eigenen Körpers ein maßgeblicher Bestandteil einer gesundheitsförderlichen Social Media-Nutzung Jugendlicher darstellt, so gilt es aus Public Health Sicht die Fähigkeit zur Selbstreflexion Jugendlicher zu fördern.

Nicht zuletzt auch daher, da, wie in Kapitel 2 beschrieben, der Körper eine wichtige Rolle in der Identitätsentwicklung Jugendlicher spielt (Boeger & Lüdmann, 2022) und der Außenvergleich oft über Social Media erfolgt. Die Identitätsentwicklung stellt eine der zentralen Entwicklungsaufgaben des Jugendalters dar (Hannover et al., 2018; Lohaus & Vierhaus, 2019; Siegler et al., 2021; Thomsen et al., 2018). Somit hängen ein positives Körperselbstbild Jugendlicher und eine erfolgreiche Identitätsentwicklung eng zusammen.

Eine Möglichkeit die Fähigkeit zur Selbstreflexion Jugendlicher in Bezug auf Aussehen und Funktionalität des eigenen Körpers, und somit die Entwicklung eines positiven Körperselbstbildes in der Social Media Lebenswelt zu fördern, stellt die Photovoice Methode dar. Durch die Förderung des reflektierenden Denkens und die Möglichkeit einer aktiven Partizipation (Fountain et al., 2021; Wang, 2006) können durch die Photovoice Methode Veränderungen in der Lebenswelt Jugendlicher mobilisiert und das Wohlbefinden in dieser Lebenswelt gestärkt werden (Wang, 2006). Studien, die bereits mit der Photovoice Methode zum Thema Körperselbstbild gearbeitet haben, zeigen, dass durch die direkte Partizipation junger Menschen die Möglichkeit entsteht, ein positives Körperselbstbild und Copingstrategien zu fördern. Zudem kann die Medienkompetenz gesteigert werden (Madden & Breny, 2016; Trepal et al., 2020).

Um eine gesundheitsförderliche Wirksamkeit der Photovoice in Bezug auf die Körperbildwahrnehmung durch eine gesteigerte Selbstreflexionsfähigkeit Jugendlicher erfassen zu können, bedarf es hier weiterer Studien, die neben der qualitativen Durchführung der Photovoice Methode im Mixed Method Verfahren eine zusätzliche quantitative Erhebung umsetzen sowie als Längsschnittstudie ausgelegt sind. Diese methodischen Erweiterungen können es ermöglichen, Interventionsmöglichkeiten und deren Bedeutung für Individuen und in weiterer Folge für die öffentliche Gesundheit zu erheben.

## 8 Limitationen

Neben den Stärken der Masterarbeit, wie beispielsweise das Aufzeigen der Social Media Lebenswelt Jugendlicher aus erster Hand in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung, müssen auch Limitationen beachtet werden. Auch wenn die Ergebnisse der Masterarbeit einen wichtigen Beitrag zur Informationsgewinnung der Rolle von Social Media in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher im Bundesland Vorarlberg beitragen, ergeben sich folgende Limitationen:

Bei den insgesamt 13 Teilnehmer\*innen der Photovoice Studie handelt es sich um eine sehr kleine Studienpopulation. Somit ist eine Übertragbarkeit der Ergebnisse auf alle Jugendlichen im Bundesland Vorarlberg nur bedingt möglich. Um eine Übertragbarkeit der Ergebnisse auf das Bundesland Vorarlberg und Österreich zu sichern, bedarf es weiterer Studien mit größerer Studienpopulation. Allerdings zeigen die oben diskutierten Literaturquellen sehr ähnliche Ergebnisse, was darauf schließen lässt, dass mit den Grundaussagen weitergearbeitet werden kann.

Während der Gruppeninterviews und Gruppendiskussionen zeigte sich bei manchen Jugendlichen eine Sprachbarriere aufgrund einer nichtdeutschen Erstsprache. Diese könnten die Ergebnisse beeinflusst haben. Um eine solche Sprachbarriere zukünftig auszuschließen, sollte dies in den Ein- und Ausschlusskriterien strenger berücksichtigt werden. Hier gilt es aber auch zu beachten, dass dies zu einer geringeren Heterogenität der Studienpopulation, und somit zu einer reduzierten Übertragbarkeit der Ergebnisse auf die Gesamtpopulation führen könnte. Außerdem ist davon auszugehen, dass Bilder ein einfacheres Medium darstellen als text-/sprachbasierte Untersuchungen.

Auch wenn beide Geschlechter an der Photovoice Studie teilgenommen haben, so ist eine Aussagekraft für geschlechterspezifische Unterschiede nicht möglich. Zum einen waren die weiblichen Teilnehmenden in der Überzahl. Dadurch besteht die Möglichkeit, dass während der Gruppeninterviews und -diskussionen die Themen der weiblichen Teilnehmenden in den Vordergrund gerückt sind. Zum anderen teilten die männlichen Teilnehmenden weniger für die Fragestellung relevante Informationen als die weiblichen Teilnehmenden. Dies kann die Ergebnisse beeinflusst haben. Es ist möglich, dass geschlechterspezifische Unterschiede in der Rolle von Social Media auf die Körperbildwahrnehmung der teilnehmenden Jugendlichen bestehen, die nicht in den Ergebnissen erfasst werden konnten. Hier bedarf es weiterer Studien, um mögliche Unterschiede zu prüfen. Eine unterschiedliche Gruppenheterogenität der beiden Gruppeninterviews hatte möglicherweise einen Einfluss auf die Diskussionen und Beiträge der Jugendlichen. Während eine homogenere weibliche Gruppe sehr leicht ins Gespräch gekommen ist und viele Informationen ihrer Lebenswelt zum Thema Social Media und Körperbild beigetragen hat, ist dies der heterogeneren geschlechtlich gemischten Gruppe

schwerer gefallen. Dies sollte bei zukünftigen Photovoice Studien in der Planung berücksichtigt werden bzw. kann bereits dieser Hinweis einen Ansatzpunkt für zukünftige Untersuchungen darstellen.

Bereits bestehende Beziehungen der Teilnehmer\*innen untereinander könnten die Ergebnisse ebenfalls beeinflusst haben. Beispielsweise ist es möglich, dass Jugendliche aufgrund der Anwesenheit von Freund\*innen für sie wichtige Themen nicht angesprochen haben. Diese Möglichkeit sollte in Hinblick auf die Gruppenbildung bei weiteren Studien im Vorhinein berücksichtigt werden. Allerdings ist ein gewisses Vertrauensverhältnis nötig, um auch kritische oder persönliche Themen aufzugreifen. Ein möglicher Interviewer-Bias lässt sich in der vorliegenden Masterarbeit nicht ausschließen. Auch wenn versucht wurde, diesen durch einen Gesprächsleitfaden zu minimieren, kann eine Beeinflussung durch Nachfragen der Interviewenden während der Gruppeninterviews und Gruppendiskussionen nicht ausgeschlossen werden. Effekte der sozialen Erwünschtheit im Kontext von Photovoice-Untersuchungen sollten in zukünftigen Forschungen erhoben werden.

Die vorliegende Masterarbeit hatte nicht zum Ziel, zu zeigen, ob sich die Photovoice Studie als Gesundheitsförderungsmaßnahme in Bezug auf die Selbstreflexion Jugendlicher und auf die Entwicklung eines positiven Körperselbstbildes Jugendlicher ausgewirkt hat. Hier bedarf es zukünftig einer gezielten zusätzlichen quantitativen (Follow-up bzw. Längsschnitt-) Erhebung, um eine mögliche gesundheitsförderliche Komponente der Photovoice Studie messen zu können. Allerdings wurden im Rahmen der Ergebnisse, die als Chancenkreislauf dargestellt wurden, deutliche Hinweise auf die Möglichkeit von gesundheitsförderlichen Interventionen gewonnen.

## 9 Schlussfolgerung und Beantwortung der Forschungsfragen

In der vorliegenden Masterarbeit wurden durch die partizipative Forschungsmethode Photovoice Informationen zur Lebenswelt Social Media in Bezug auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher erforscht. Diese ermöglichen die Beantwortung folgender Forschungsfrage bzw. der daraus abgeleiteten Unterfragen<sup>9</sup>:

***Welche Rolle spielen Social Media Plattformen in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und junger Erwachsener zwischen 15 und 19 Jahren im Bundesland Vorarlberg?***

***Inwieweit beeinflussen Social Media Plattformen Jugendliche in Vorarlberg darin, wie zufrieden sie sich in ihrem Körper fühlen?***

***Inwieweit sind sich Jugendliche in Vorarlberg der von Influencer\*innen häufig propagierten Gleichstellung von Aussehen und physischer und psychischer Gesundheit bewusst?***

Die Ergebnisse der vorliegenden Masterarbeit und die Diskussion der Daten zeigen, dass Social Media eine **individuelle Rolle in der Körperbildwahrnehmung** Jugendlicher zwischen 15 und 19 Jahren im Bundesland Vorarlberg spielt. Auf Basis unterschiedlicher Motivationen und Inspirationen leben Jugendliche verschiedene Social Media Aktivitäten und Trends aus, die **Jugendliche in unterschiedlichem Ausmaß in ihrer Körperzufriedenheit beeinflussen**. Diese Trends lassen sich in drei Gruppen einteilen:

**Körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends:** Diese können, wie bereits in vielen Studien vorbeschrieben wurde, eine negative Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher haben und Körperunzufriedenheit auslösen. Häufig werden eine Objektivierung des Körpers, Aussehens-Vergleiche und die Internalisation von Schönheitsidealen in der Beziehung von körper- und aussehensbezogenen Social Media Aktivitäten und Trends und Körperunzufriedenheit von den Jugendlichen der vorliegenden Studie beschrieben. Ein Realitäts- und Kontrollverlust durch Social Media Plattformen kann diese Beziehung verstärken.

---

<sup>9</sup>Die zentralen Aussagen in diesem Kapitel und den dazugehörigen Unterkapiteln sind für eine übersichtliche Darstellung in fett hervorgehoben.

**Body Positivity Trend auf Social Media:** Diese Bilder und Social Media Inhalte bilden eine Sonderform körper- und aussehensbezogener Social Media Aktivitäten und Trends. Obwohl das Aussehen von Körpern häufig ebenfalls im Mittelpunkt dieser Inhalte steht, beschreiben die teilnehmenden Jugendlichen sowie auch aktuelle Studien, dass Body Positivity Inhalte eine positive Rolle in der Körperbildwahrnehmung junger Menschen spielen können.

**Nicht direkt körper- und aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends:** Diese spielen eine neutrale bis positive Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher. Der Körper rückt in den Hintergrund. Themen wie persönliche (sportliche) Erfolge, persönliche Erlebnisse und Erfahrungen, Freundschaft, eine gute Zeit haben, Körperwertschätzung und -akzeptanz sowie das Wohlfühlen im eigenen Körper werden hier von den Jugendlichen als zentral beschrieben.

Insbesondere Körperwertschätzung und -akzeptanz werden von einigen Jugendlichen in ihren Bildbeschreibungen besonders hervorgehoben. Zusätzlich beschreiben diese Jugendlichen aussehensbezogene Social Media Aktivitäten und Trends als kritisch und problematisch. Diese selbstreflektierte Einstellung mancher Teilnehmer\*innen spricht dafür, dass eine selbstreflektierte, körperwertschätzende und -akzeptierende Einstellung von Jugendlichen eine maßgebliche positive Rolle in der Social Media Nutzung in Bezug auf die Körperbildwahrnehmung spielen. Weiters deuten die Ergebnisse der Photovoice Studie darauf hin, **dass die Selbstreflexionsfähigkeit Jugendlicher auch eine Rolle darin spielen kann, inwieweit sich Jugendliche der von Influencer\*innen häufig propagierten Gleichstellung von Aussehen und physischer und psychischer Gesundheit bewusst sind.** Hier bedarf es weiterführender Studien, um diese Annahme zu überprüfen.

Durch die Nutzung verschiedener Social Media Aktivitäten und Trends und deren unterschiedliche Rolle in der Körperbildwahrnehmung lässt sich ein Risiko-Chancenkreislaufmodell ableiten. Zum einen können verschiedene Social Media Aktivitäten und Trends durch einen starken Aussehensbezug eine kritische Rolle in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher haben und zu Körperunzufriedenheit führen. Zum anderen können durch aktuelle Social Media Bewegungen wie Body Positivity und Body Neutrality, sowie durch eine nicht direkt aussehensbezogene Social Media Nutzung, Jugendliche in ihrer Körperbildwahrnehmung gestärkt werden.

Ein erweitertes Begriffsverständnis zum Thema Körperbild und die Selbstreflexionsfähigkeit Jugendlicher stellen zusätzlich mögliche, für die Gesundheitsförderung und Public Health, wichtige Aspekte für eine bewusste Social Media Nutzung in Bezug auf die Körperbildwahrnehmung Jugendlicher dar. Diese Aspekte können den Chancenkreislauf unterstützen und zeitgleich den Risikokreislauf durchbrechen, bevor dieser zu Körperunzufriedenheit führt. Weitere Studien, die das Modell des Risiko-Chancenkreislaufes, sowie die Rolle der Selbstreflexion Jugendlicher in der Beziehung von Social Media und der Körperbildwahrnehmung überprüfen, sind notwendig.

Trotz einiger Limitationen zeigen die Ergebnisse der vorliegenden Masterarbeit in Form einer Photovoice Forschung wichtige Erkenntnisse zur Lebenswelt Social Media Jugendlicher in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung. Social Media stellt eine wichtige Lebenswelt für Jugendliche im Bundesland Vorarlberg dar und scheint sie in ihrer Körperwahrnehmung zu beeinflussen. Daher ist es aus Public Health Sicht wichtig, Jugendliche in ihrer Social Media Nutzung zu verstehen, damit ein positives Körper(selbst)bild gestärkt werden kann. Diese Masterarbeit liefert hierfür wichtige Informationen und Erkenntnisse für die weitere Umsetzung von Forschungsprojekten.

Insbesondere eine durch die Ergebnisse angedeutete Rolle der Selbstreflexion Jugendlicher in der Beziehung von Social Media und der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher, könnte aus Public Health Sicht ein wichtiger Ansatz sein, um ein positives Körperselbstbild zu stärken. Die partizipative Photovoice-Methode könnte sich hier als geeignete Methode erweisen, um die Selbstreflexion Jugendlicher in Bezug auf ihre Körperbildwahrnehmung zu stärken und zu zeigen, welche Ansätze für die Gesundheitsförderung verwendet werden sollten.

## 10 Literaturverzeichnis / References

- Boeger, A., & Lüdmann, M. (2022). *Psychologie für die Gesundheitswissenschaften*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-63622-0>
- Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G., & Staiano, A. (2022). The Use of Social Media in Children and Adolescents: Scoping Review on the Potential Risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16), 1-33. <https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>
- Bundesministerium für Gesundheit und Frauen (BMGF) (2017). *Gesundheitsziele Österreich Richtungsweisende Vorschläge für ein gesünderes Österreich – Langfassung*. Bundesministerium für Gesundheit und Frauen (BMGF), Wien.
- 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(7), 1546–1564. <https://doi.org/10.1177/1461444819826530>
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
- Dane, A., & Bhatia, K. (2023). The social media diet: A scoping review to investigate the association between social media, body image and eating disorders amongst young people. *PLOS Global Public Health*, 3(3), 1-26. <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0001091>
- Dimitriou, M. (2019). Der postmoderne Körper im Wandel: Sport, Fitness und Wellness zwischen Gesundheitsorientierung, performativem Zwang und Optimierungslogik. In M. Dimitriou & S. Ring-Dimitriou (Hrsg.), *Der Körper in der Postmoderne: Zwischen Entkörperlichung und Körperwahn* (S. 63–92). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-22282-6>

- Faltermaier, T. (2005). *Gesundheitspsychologie*. Kohlhammer.
- Felder-Puig, Rosemarie; Teutsch, Friedrich; Winkler, Roman (2023a): *Gesundheit und Gesundheitsverhalten von österreichischen Schülerinnen und Schülern. Ergebnisse des WHO-HBSC-Survey 2021/22*. Wien: BMSGPK, 2023.
- Felder-Puig, Rosemarie; Teufel, Lukas; Winkler, Roman (2023b): *Gewichtstatus und Körper selbstbild von österreichischen Jugendlichen. HBSC Factsheet 02 aus Erhebung 2021/22*. Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz, Wien.
- Fond Gesundes Österreich (FGÖ), Bundesministerium für Soziales, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) & Gesundheit Österreich GmbH (GÖG) (2021). *Projektall: „Gesundheitsförderungsprojekte zur Stärkung der psychosozialen Gesundheit von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen“*. Fond Gesundes Österreich (FGÖ), Bundesministerium für Soziales, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) & Gesundheit Österreich GmbH (GÖG), Wien.
- Fountain, S., Hale, R., Spencer, N., Morgan, J., James, L., & Stewart, M. K. (2021). A 10-Year Systematic Review of Photovoice Projects With Youth in the United States. *Health Promotion Practice, 22*(6), 767–777.  
<https://doi.org/10.1177/15248399211019978>
- Gugutzer, R. (2022). *Soziologie des Körpers*. transcript Verlag Bielefeld.
- Hannover, B., Wolter, I., & Zander, L. (2018). Entwicklung von Selbst und Identität: Die besondere Bedeutung des Jugendalters. In B. Gniewosz & P. F. Titzmann (Hrsg.), *Handbuch Jugend: Psychologische Sichtweisen auf Veränderungen in der Adoleszenz* (S. 237–255). Verlag W. Kohlhammer Stuttgart.
- Harriger, J. A., Evans, J. A., Thompson, J. K., & Tylka, T. L. (2022). The dangers of the rabbit hole: Reflections on social media as a portal into a distorted world of edited bodies and eating disorder risk and the role of algorithms. *Body Image, 41*, 292–297.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.007>

- Hjetland, G. J., Schønning, V., Hella, R. T., Veseth, M., & Skogen, J. C. (2021). How do Norwegian adolescents experience the role of social media in relation to mental health and well-being: A qualitative study. *BMC Psychology*, *9*(1), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00582-x>
- Institut für Jugendkulturforschung. (2017). *Bodyshaming und Social Media*. Institut für Jugendkulturforschung. <https://www.digital.wienbibliothek.at/wbrup/content/titleinfo/3486924> (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)
- Institut für Jugendkulturforschung. (2023). *Jugend-Internet-Monitor 2023 Österreich*. Saferinternet.at. <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/page> (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)
- Jerónimo, F., & Carraça, E. V. (2022). Effects of fitspiration content on body image: A systematic review. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, *27*(8), 3017–3035. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4>
- 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), 1-14. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, *21*(1), 93–110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung: Grundlagentexte Methoden*. Beltz Juventa Weinheim Basel.
- Lohaus, A., & Vierhaus, M. (2019). *Entwicklungspsychologie des Kindes- und Jugendalters für Bachelor*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-59192-5>

- Madden, D., & Breny, J. M. (2016). „How Should I Be?“ A Photovoice Exploration Into Body Image Messaging for Young Women Across Ethnicities and Cultures. *Health Promotion Practice, 17*(3), 440–447. <https://doi.org/10.1177/1524839915618363>
- Mahon, C., & Hevey, D. (2021). Processing Body Image on Social Media: Gender Differences in Adolescent Boys' and Girls' Agency and Active Coping. *Frontiers in Psychology, 12*, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626763>
- Marent B. & Marent J. (2013). Gesundheit und Wohlbefinden im Kontext jugendlicher Lebenswelten – Ergebnisse einer Photovoice-Studie. *Prävention und Gesundheitsförderung, 8*(4), 276-283. <https://doi.org/10.1007/s11553-013-0408-z>
- Martinac Dorčić, T., Smojver-Ažić, S., Božić, I., & Malkoč, I. (2023). Effects of social media social comparisons and identity processes on body image satisfaction in late adolescence. *Europe's Journal of Psychology, 19*(2), 220–231. <https://doi.org/10.5964/ejop.9885>
- measury Sozialforschung OG (2022). *Ergebnisse Befragung von Mädchen\* und jungen Frauen\**. measury Sozialforschung OG, Wien. [https://www.frauengesundheitszentrum.eu/wp-content/uploads/2022/12/auswertung\\_fgz\\_050822.pdf](https://www.frauengesundheitszentrum.eu/wp-content/uploads/2022/12/auswertung_fgz_050822.pdf) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)
- Mittiscek, L., Waldner, I., & Klinger, S. (2022). *EKo-K.I.S.S. Studie: Ernährung, Konsum, Kinder, Influencer\*innen, Social Media, Schule: Der Appetit kommt beim Liken – Social Media Kompetenzen sind Zukunftskompetenzen, Graz [online]*. <https://doi.org/10.25364/401.2022.1> (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)
- Mulgrew, K. E., Stalley, N. L., & Tiggemann, M. (2017). Positive appearance and functionality reflections can improve body satisfaction but do not protect against idealised media exposure. *Body Image, 23*, 126–134. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.002>
- Papageorgiou, A., Fisher, C., & Cross, D. (2022). „Why don't I look like her?“ How adolescent girls view social media and its connection to body image. *BMC Women's Health, 22*(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s12905-022-01845-4>

- 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>
- Petersen, N. J., & Østergaard, S. (2003). *Organisational Photography as a Research Method: What , How and Why*.  
<https://www.semanticscholar.org/paper/Organisational-Photography-as-a-Research-Method-%3A-%2C-Petersen-%C3%98stergaard/a545e9ff4606cf9c1e43839ff2807393b2d5e8e3> (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)
- Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: Mixed methods research. *BMC Public Health*, 19(1), 1-9. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7387-8>
- Rodgers, R. F. (2016). The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use, Part II: An Integrated Theoretical Model. *Adolescent Research Review*, 1(2), 121–137. <https://doi.org/10.1007/s40894-015-0017-5>
- 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, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.08.005>
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Schönhammer, R. (2013). *Einführung in die Wahrnehmungspsychologie*. Facultas wuv Wien.
- Schreiber, J. (2021). *Körperoptimierung: Selbstverbesserung zwischen Steigerungsdruck und Leibgebundenheit*. Springer Fachmedien Wiesbaden.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-36018-4>
- 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, 1-9.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101629>

- Siegler, R., Saffran, J. R., Gershoff, E. T., & Eisenberg, N. (2021). *Entwicklungspsychologie im Kindes- und Jugendalter: Deutsche Auflage unter Mitarbeit von Sabina Pauen*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-62772-3>
- Skogen, J. C., Hjetland, G. J., Bøe, T., Hella, R. T., & Knudsen, A. K. (2021). Through the Looking Glass of Social Media. Focus on Self-Presentation and Association with Mental Health and Quality of Life. A Cross-Sectional Survey-Based Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 1-16. <https://doi.org/10.3390/ijerph18063319>
- 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, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., and Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. *EU Kids Online*. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01of0>
- Thomsen, T., Lessing, N., Greve, W., & Dresbach, S. (2018). Selbstkonzept und Selbstwert. In A. Lohaus (Hrsg.), *Entwicklungspsychologie des Jugendalters* (S. 93–111). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-55792-1>
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183–2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>
- Trepal, H., Cannon, Y., & Garcia, J. (2020). Using Photovoice to Promote Body Image Resilience in College Women. *Journal of College Counseling*, 23, 44–56. <https://doi.org/10.1002/jocc.12148>
- Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (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>

- Vincente-Benito, I., & Ramírez-Durán, M. D. V. (2023). Influence of Social Media Use on Body Image and Well-Being Among Adolescents and Young Adults: A Systematic Review. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, 1–8.  
<https://doi.org/10.3928/02793695-20230524-02>
- 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), 1-14. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413222>
- Wagner, G., Zeiler, M., Waldherr, K., Philipp, J., Truttmann, S., Dür, W., Treasure, J. L., & Karwautz, A. F. K. (2017). Mental health problems in Austrian adolescents: A nationwide, two-stage epidemiological study applying DSM-5 criteria. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 26(12), 1483–1499. <https://doi.org/10.1007/s00787-017-0999-6>
- Wang, C. (1999). Photovoice: A participatory action research strategy applied to women's health. *Journal of Women's Health*, 8(2), 185–192.  
<https://doi.org/10.1089/jwh.1999.8.185>
- Wang, C. (2006). Youth Participation in Photovoice as a Strategy for Community Change. *Journal of Community Practice*, 14, 147–161. [https://doi.org/10.1300/J125v14n01\\_09](https://doi.org/10.1300/J125v14n01_09)
- Wang, C., & Burris, M. A. (1997). Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment. *Health Education & Behavior: The Official Publication of the Society for Public Health Education*, 24(3), 369–387.  
<https://doi.org/10.1177/109019819702400309>
- Weinstein, E. (2018). The social media see-saw: Positive and negative influences on adolescents' affective well-being. *New Media & Society*, 20(10), 3597–3623.  
<https://doi.org/10.1177/1461444818755634>
- Wihofszky, P., Hartung, S., Allweiss, T., Bradna, M., Brandes, S., Gebhardt, B., & Layh, S. (2020). Photovoice als partizipative Methode: Wirkungen auf individueller, gemeinschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene. In S. Hartung, P. Wihofszky, & M. T.

Wright (Hrsg.), *Partizipative Forschung: Ein Forschungsansatz für Gesundheit und seine Methoden* (S. 85–141). Springer Fachmedien Wiesbaden.

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-30361-7>

Yurdagül, C., Kircaburun, K., Emirtekin, E., Wang, P., & Griffiths, M. D. (2021).

Psychopathological Consequences Related to Problematic Instagram Use Among Adolescents: The Mediating Role of Body Image Dissatisfaction and Moderating Role of Gender. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(5), 1385–1397.

<https://doi.org/10.1007/s11469-019-00071-8>

## 11 Bilderverzeichnis:

Pixabay (2023a) <https://pixabay.com/de/photos/getreide-lebensmittel->

[fr%C3%BChst%C3%BCck-5712343/](https://pixabay.com/de/photos/getreide-lebensmittel-fr%C3%BChst%C3%BCck-5712343/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023b) <https://pixabay.com/de/photos/frau-influencer-mode-modell-6729391/>

(zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023c) <https://pixabay.com/de/photos/m%C3%A4dchen-gl%C3%BCcklich->

[beil%C3%A4ufig-selfie-7652605/](https://pixabay.com/de/photos/m%C3%A4dchen-gl%C3%BCcklich-beil%C3%A4ufig-selfie-7652605/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023d) <https://pixabay.com/de/photos/l%C3%A4ufer-athlet-lauf-fitness-sport->

[1498233/](https://pixabay.com/de/photos/l%C3%A4ufer-athlet-lauf-fitness-sport-1498233/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023e) <https://pixabay.com/de/photos/mann-modell-s%C3%A4nger-rapper-studio->

[7764426/](https://pixabay.com/de/photos/mann-modell-s%C3%A4nger-rapper-studio-7764426/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023f) <https://pixabay.com/de/photos/frau-modell-portr%C3%A4t-bikini-pose->

[6785201/](https://pixabay.com/de/photos/frau-modell-portr%C3%A4t-bikini-pose-6785201/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023g) <https://pixabay.com/de/photos/psychische-gesundheit-selbstliebe-1971107/>

(zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023h) <https://pixabay.com/de/photos/frau-k%C3%B6rper-positivit%C3%A4t->

[6635064/](https://pixabay.com/de/photos/frau-k%C3%B6rper-positivit%C3%A4t-6635064/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023i) <https://pixabay.com/de/photos/panorama-twilight-toskana-2082474/> (zuletzt

aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023j) <https://pixabay.com/de/photos/kampf-akne-selbstliebe-haut-3805349/> (zuletzt

aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023k) <https://pixabay.com/de/photos/weibliche-ern%C3%A4hrung-kurze-hose->

[870519/](https://pixabay.com/de/photos/weibliche-ern%C3%A4hrung-kurze-hose-870519/) (zuletzt aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023l) <https://pixabay.com/de/photos/laufband-trainieren-fitness-5030966/> (zuletzt

aufgerufen am 30.12.2023)

Pixabay (2023m) <https://pixabay.com/de/photos/football-abu-dhabi-7597932/> (zuletzt  
aufgerufen am 30.12.2023)

## 12 Anhang / Appendix

### 12.1 Tabelle Bildserien

In der untenstehenden Tabelle (Tabelle 1) sind in Spalte eins die Titel der Bildserien enthalten, welche die Jugendlichen in der partizipativen Analyse bestimmt haben. In Spalte zwei folgt eine Beschreibung der Inhalte der jeweiligen Bildserien. Spalte drei zeigt lizenzfreie, öffentlich zugänglichen Symbolbilder, welche die von den Jugendlichen ausgewählten Bilder der jeweiligen Bildserien repräsentieren.

<b>Titel der Bildserien (wurden von den Jugendlichen in der partizipativen Analyse bestimmt)</b>	<b>Bildbeschreibung der Inhalte der jeweiligen Bildserie</b>	<b>Symbolbilder (lizenzfreie, Bilder, die die ausgewählten Bilder der Jugendlichen repräsentieren)</b>
TikTok	Diese Bildserie zeigt Links von zwei TikTok Videos, die während des Workshops angeschaut wurden. Beide Videos zeigen je ein Mädchen, das zu einem Lied Playback in die Kamera singt. Eines dieser Mädchen ist eine Teilnehmerin, das weitere Video ist von einer bekannten Person auf TikTok. Beide Mädchen haben die Haare gestylt, sind geschminkt und tragen ein stylisches Outfit.	kein repräsentatives lizenzfreies Symbolbild vorhanden
Body Positivity/Realität	Diese Bildserie zeigt zum einen verschiedene Fotos der teilnehmenden Jugendlichen, die ihre Körperunsicherheiten präsentieren. Zum anderen zeigt sie Bildinhalte	 <p data-bbox="1018 1872 1294 1924"><i>Abbildung 14: Symbolbild Pixabay (2023j)</i></p>

	<p>bekannter Influencer*innen die unter anderem eine Normalisierung des Körpers, ein Wohlfühlen im eigenen Körper, trotz Unsicherheiten auf ihren Accounts vermitteln.</p>	 <p>Abbildung 13: Symbolbild Pixabay (2023g)</p>
<p>Ernährung</p>	<p>Diese Bildserie zeigt Fotos, die Jugendliche von ihren eigenen Gerichten mitgebracht haben. Diese reichen von bewusst schön angerichteten Speisen, die teilweise von Pinterest inspiriert sind, über ein Foto, dass alle Speisen eines Tages zeigt.</p>	 <p>Abbildung 15: Symbolbild Pixabay (2023a)</p>
<p>Outfits</p>	<p>Diese Bildserie zeigt eigene Fotos von Jugendlichen. Es werden Spiegelfselfies und Fotos von Kleidung mitgebracht, die Outfits von Jugendlichen zeigen, in denen sie sich besonders wohlfühlen. Ein Foto zeigt, wie unterschiedlich eine Jeansgröße über verschiedene Hersteller verteilt ausfällt.</p>	 <p>Abbildung 17: Symbolbild Pixabay (2023c)</p>  <p>Abbildung 16: Symbolbild Pixabay (2023k)</p>

Kunst	Diese Bildserie beinhaltet Kunst von Social Media und Bilder, die ein Teilnehmer selbst gezeichnet hat. Das Kunstbild zeigt eine Frau in gebeugter Haltung. Die selbst gezeichneten Bilder zeigen ein menschliches Herz und ein menschliches Gesicht dargestellt als schmelzende Kerze.	kein repräsentatives lizenzfreies Symbolbild vorhanden
Natur	Diese Bildserie enthält Bilder, die Jugendliche selbst von Naturinhalten gemacht haben. Man sieht Berge, Sonnenuntergänge und grüne Wiesen.	 <p>Abbildung 18: Symbolbild Pixabay (2023i)</p>
Sport/Sportplätze	Während eine Workshopgruppe 2 die Sportbilder, die Sportplätze ohne Personen darstellen, so gelassen hat, wie sie von der Autorin der Masterarbeit ausgelegt wurden, hatte Workshopgruppe 1 beide Bildserien zu einer zusammengefasst. Diese Bildserie zeigt verschiedene Sportarten, die Jugendliche inspirieren, Sportvorbilder oder auch Jugendliche selbst beim Sport machen.	 <p>Abbildung 21: Symbolbild Pixabay (2023l)</p>  <p>Abbildung 19: Symbolbild Pixabay (2023d)</p>  <p>Abbildung 20: Symbolbild Pixabay (2023m)</p>

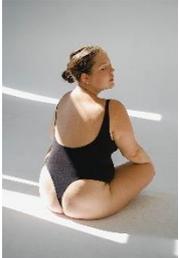
<p>Idole</p>	<p>Diese Bildserie zeigt Social Media Inhalte von verschiedenen Idolen/Vorbildern der teilnehmenden Jugendlichen. Style spielt bei den Bildbeschreibungen der Jugendlichen eine ebenso große Rolle, wie die Geschichten und Images der Idole.</p>	 <p>Abbildung 23: Symbolbild Pixabay (2023b)</p>  <p>Abbildung 22: Symbolbild Pixabay (2023e)</p>
<p>Körperbilder</p>	<p>Diese Bildserie beinhaltet Inhalte aus Social Media, die verschiedene, meist gering bekleidete Körperformen darstellen. Die meisten Inhalte stellen leicht bekleidete weibliche Körper dar. Zwei Bilder, die männliche Boxer mit muskulösen Körpern darstellen, werden von der Workshopgruppe 1 in dieser Bildserie belassen, während Workshopgruppe 2 die männlichen Boxer zur Bildserie Sport hinzufügte.</p>	 <p>Abbildung 24: Symbolbild Pixabay (2023f)</p>  <p>Abbildung 25: Symbolbild Pixabay (2023h)</p>

Tabelle 1: Bildbeschreibung der Bildserien (Kapitel 6.1)

Die dargestellten Bilder sind lizenzfrei Symbolbilder, die den Bildern der von den Jugendlichen vorgestellten Bildern und Social Media Inhalten gleichen.

## 12.2 Informierte Einwilligungserklärung Jugendliche

Untenstehend wird die informierte Einwilligungserklärung, welche die an der Photovoice Studie teilnehmenden Jugendlichen erhalten, und bei ihrer freiwilligen Teilnahme unterschrieben haben, dargestellt. Diese wurde vorab nach den Vorgaben des RCSEQ erstellt, unter Berücksichtigung einer altersgerechten verständlichen Formulierung.

### Information zur **informierten Einwilligung** für Peer- Forscher\*innen

#### **Die informierte Einwilligung**

Die informierte Einwilligung ist die Voraussetzung zur Teilnahme als Peer-Forscher\*in im Projekt. Das ist eine Einverständniserklärung, die alle Jugendlichen unterschreiben müssen, die am Forschungsprojekt im Rahmen des #body\_? Projektes teilnehmen möchten. Aber nur, wenn sie mit allen Bedingungen einverstanden sind! Bevor du also mit deiner Unterschrift zustimmst, musst du alle für dich nötigen Informationen zur Teilnahme am Forschungsprojekt im Rahmen des Projektes #body\_? wissen und verstanden haben.



Bitte lies diese Informationen  
genau durch, bevor du  
unterschreibst!

#### **Worum geht es im Projekt #body\_?**

Social Media Plattformen begleiten uns jeden Tag. Wir können uns Videos und Bilder ansehen, das Leben von Freund\*innen und Influencer\*innen mitverfolgen und immer Neues entdecken. Dabei sehen wir auch verschiedene Bilder von Menschen mit unterschiedlichsten Figuren, Styles und verschiedenem Aussehen. Im wissenschaftlichen Bereich spricht man von verschiedenen „Körperbildern“. Diesen Begriff „Körperbilder“ werden wir im Projekt öfter verwenden.

Im Forschungsprojekt, das im Rahmen des Projektes #body\_? durchgeführt wird, erforschen Peer-Forscher\*innen (Jugendliche und junge Erwachsene), Co-Forscher\*innen, Entwickler\*innen und Wissenschaftler\*innen in einer sogenannten Photovoice Studie gemeinsam, welche Rolle Körperbilder in Social Media für Jugendliche und junge Erwachsene haben. Wir wollen mit diesem Forschungsprojekt herausfinden, was eure Meinungen, Gedanken und Ansichten zu verschiedenen Körperbildern auf Social Media sind, was ihr gut findet, was ihr nicht so gut findet, und welche Unterstützungen ihr euch eventuell wünscht.

Dafür arbeiten wir mit Bildern, die ihr macht und auswählt. Wir als Forschende und Wissenschaftler\*innen werden diese gemeinsam mit euch auswerten und diskutieren. Das machen wir mit Gesprächsgruppen und Unterstützung durch neue digitale Möglichkeiten wie beispielsweise einen Tisch mit Touch-Oberfläche und Touch-Steuerung. Im Gespräch reden wir dann über die gesammelten und geordneten Daten (Bilder) und legen gemeinsam fest, wie wir diese anderen Personen präsentieren wollen, z.B. über lizenzfreie Beispielbilder.

### **Was sind Peer-Forscher\*innen und Co-Forscher\*innen:**

An der Photovoice Studie #body\_? seid ihr als sogenannte Peer-Forscher\*innen dabei.

Damit das Wort der Jugendlichen während der ganzen Dauer der Forschung immer zählt, helfen uns neben eurer Teilnahme bei der Planung und Auswertung auch sogenannte jugendliche Co-Forscher\*innen in eurem Alter.

### **Der Ablauf der Photovoice Studie:**

#### **1. Workshop Recht am Bild (04.04.2023 oder 11.04.2023):**

Wir starten mit einem Workshop, indem du wichtige Infos über Rechte am Bild erfahren wirst. Dieser Workshop ist verpflichtend für alle für eine weitere Teilnahme, zum Schutz für dich und die anderen Teilnehmenden.

#### **2. Eure Meinung und euer Blickwinkel sind gefragt:**

Sammelt Bilder, die ihr mit den Themen Social Media und Körperbild verbindet. Ihr erhaltet noch eine separate Aufgabenstellung dazu.

### 3. Workshop Photovoice (erste Maiwoche 2023):

Wir treffen uns gemeinsam an der Fachhochschule Vorarlberg und besprechen gemeinsam eure Fotos, eure Meinungen, Gedanken und Ansichten zu den von euch mitgebrachten Bildern.

### 4. Workshop Forschungsergebnisse (erste Juniwoche 2023):

In unserem letzten Treffen werden wir alle gesammelten Informationen aus dem Workshop Photovoice wissenschaftlich mit Hilfe von Forscher\*innen auswerten, da für uns eure Meinung zählt.

Im Rahmen der Forschungstätigkeit verfasse ich (Angelika Felder, siehe Kontaktdaten unten) meine Masterarbeit im Studiengang Public Health an der UMIT Tirol. Wenn dich die Ergebnisse interessieren, kannst du mich gerne kontaktieren und du erhältst eine Zusammenfassung meiner Arbeit.

**Deine Mitarbeit an diesem Projekt ist freiwillig!** Du kannst jederzeit aussteigen, wenn du nicht mehr mitmachen willst. Das nennt man die Teilnahme-Einwilligung widerrufen. Wir löschen alle Daten von dir, die du bis zu diesem Zeitpunkt mit uns geteilt hast, auch alles Bildmaterial, wenn du das möchtest.

### Was ist für Peer-Forscher\*innen noch wichtig?

- ✓ Dass ihr euch im Team wohl fühlt und alles versteht. Wenn ihr etwas nicht versteht, fragt bitte nach. Es gibt keine dummen Fragen.
- ✓ Ihr habt Mitspracherecht und eure Stimme zählt.
- ✓ Was im Projekt gesprochen wird, darf nicht einfach ausgeplaudert werden. Wir behandeln Informationen vertraulich und einigen uns gemeinsam darauf, was Andere wissen dürfen.
- ✓ Wenn das Projekt etwas Ungutes in euch hervorruft oder ihr euch Sorgen macht, hilft der aks gerne. Geschulte Mitarbeitende stehen euch für Gespräche und auf Wunsch auch psychologische Supervision zur Verfügung. Ihr könnt euch dann direkt an *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)* wenden.
- ✓ Für eure Teilnahme erwartet euch als kleines Dankeschön ein Gutschein.

## Deine Daten gehören dir!

Wenn du an diesem Projekt teilnehmen möchtest, erlaubst du die Verwendung und Sammlung von deinen persönlichen Daten und den mitgebrachten Bildern.

Persönliche Daten sind zum Beispiel: Name, Geschlecht, Alter, E-Mailadresse, Fragen zur Nutzung von digitalen Geräten und sozialen Medien, Bilder, Sprachaufnahmen, Einstellungen und Meinungen.

**Im Projekt einigen wir uns, alle Daten vertraulich zu behandeln.** Das versprechen wir uns gegenseitig. Das heißt, eure Namen werden nicht an die Öffentlichkeit gelangen, und du sagst auch die Namen der anderen nicht weiter. Bilder, die ihr ins Projekt mitbringt und mit denen gearbeitet wird oder die im Projekt gemacht werden, dürfen Anderen, die nicht im Projekt mitmachen, nicht gezeigt werden.

**Unsere gesammelten Erkenntnisse und Ergebnisse teilen wir als Forschenden-Team auch mit Anderen,** da wir ja wollen, dass sich durch unsere Forschung etwas (zum Besseren) verändert. ABER: die Identität der Teilnehmenden wird dabei nie thematisiert.

Wichtig für dich zu wissen ist, dass auch bei Veröffentlichung kein Hinweis auf deine Person zugelassen wird. Wir werden nur dein Geschlecht veröffentlichen, das bedeutet deine Daten werden pseudonymisiert ausgewertet. Auch die Bilder, die du gemacht, bzw. mitgebracht hast, werden in der Masterarbeit bzw. wissenschaftlichen Arbeiten daraus nicht

## Wo und wie deine Daten aufbewahrt werden und wer Zugriff auf deine Daten hat:

Deine **persönlichen Daten** wie Name, Geschlecht, Alter und E-Mailadresse, die wir für deine Anmeldung benötigen werden bei der *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)* auf gesicherten Servern aufbewahrt. So werden diese Daten getrennt von den Forschungsdaten aufbewahrt. Forschungsdaten sind zum Beispiel die Ergebnisse aus den Workshops. Ansprechperson bei Fragen zur Aufbewahrung deiner Anmeldedaten ist *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)*.

Deine **Bilder**, die du ins Forschungsprojekt mitbringst oder auf denen du zu sehen bist, werden in der Masterarbeit (Kontaktdaten Angelika Felder, BSc. siehe unten), die aus dem Forschungsprojekt heraus entsteht und auch in möglichen daraus entstehenden wissenschaftlichen Veröffentlichungen nicht verwendet. Nach Abschluss der Datenauswertungen werden sie auch nur vom Projekt #body\_? weiter aufbewahrt und verwendet werden, wenn du damit einverstanden bist.

Wir werden während den zwei Workshops „Photovoice“ und „Forschungsergebnisse“ unsere Gespräche mit **Ton- und Videoaufzeichnungen** aufnehmen. Die Ton- und Videoaufnahmen helfen uns bei der späteren wissenschaftlichen Auswertung und gelangen nicht an die Öffentlichkeit. Zugang zu Ton- und Videoaufnahmen haben ausschließlich die forschenden Personen Angelika Felder und Kristin Ganahl. Deine Sprach- und Videoaufnahmen werden bis zur Löschung nach Abschluss der Transkription (Verschriftlichung) kennwortgeschützt gesichert gespeichert und nur die oben genannten Forschungspersonen haben Zugriff auf diese Daten.

Die Ton- und Videoaufzeichnungen werden von Angelika Felder so in Schriftform gebracht, dass **deine Person nicht erkannt werden kann**. Nur dein Geschlecht wird genannt. Diese Schriftform (Transkript) wird für die Masterarbeit und spätere mögliche wissenschaftliche Publikationen mindestens 5 Jahre kennwortgeschützt aufbewahrt. Zugriff haben die Autorin der Masterarbeit, sowie ihre Betreuungspersonen. Das **Transkript** stellt die Basis für Umsetzungen unserer Forschungsergebnisse dar und soll deshalb auch im Projekt #body\_? verwendet werden.

**Das Projekt #body\_? wird nach Beendigung des Forschungsprojektes (in dem die Masterarbeit erstellt wird) daher deine mitgebrachten Bilder und auch das Transkript weiter aufbewahren und verwenden. Für die weitere Aufbewahrung und Verwendung des Transkriptes und deiner mitgebrachten Bilder nach dem Forschungsprojekt, für den weiteren Verlauf des Projektes #body\_?, erhältst du heute zeitgleich eine zusätzliche getrennte Einwilligung. Diese unterschreibe bitte, wenn du auch damit einverstanden bist (für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten).**

#### **Informationen zu Betroffenenrecht für Forschungsteilnehmer\*innen nach DSGVO:**

Für Forschungszwecke erhobene Daten dürfen vom Verantwortlichen grundsätzlich unbeschränkt verarbeitet (z.B. gespeichert) werden (§ 2d Abs. 5 FOG in Verbindung mit Art. 89 Abs. 1 DSGVO). Aus datenschutzrechtlichen Gründen haben Forschungsteilnehmer\*innen als Betroffene im Hinblick auf personenbezogene Daten das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung, Daten-übertragbarkeit und Widerspruch, sofern dies die Erreichung des Forschungszweckes nicht unmöglich macht oder ernsthaft beeinträchtigt (§ 2d Abs. 6 FOG). Weiters besteht das Recht auf Widerruf einer erteilten Einwilligung, wobei Daten, die bis zu diesem Zeitpunkt verarbeitet oder bereits anonymisiert wurden, in der Regel rechtskonform sind und nicht gelöscht werden müssen. Wie oben erwähnt gehen wir aber über unsere gesetzliche Verpflichtung hinaus und verwenden keinerlei Daten und mitgebrachte Bilder, sobald eine Einwilligung widerrufen wurde.

Für allgemeine datenschutzrechtliche Fragen in Zusammenhang mit Forschung stehen der/die Datenschutzbeauftragte/n der UMIT Tirol (0664/8372136 /datenschutz@umit-tirol.at) zur Verfügung.

Sofern Bedenken im Hinblick auf die Verarbeitung von Daten bestehen, ersuchen wir um Kontaktaufnahme, sodass auf Bedenken eingegangen werden kann. Es besteht aber auch das Recht, eine Anfrage an die Datenschutzbehörde zu richten. Die österreichische Datenschutzbehörde kann über folgende Webseite erreicht werden: <https://www.dsb.gv.at/>.

Auch stehen dir bei weiteren Fragen zum Datenschutz die unten angegebenen Datenschutzbeauftragten der teilnehmenden Institutionen des #body\_? Projektes: (*für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten*) zur Verfügung.

**Widerruf/Auskunft**

Du kannst deine Zustimmung jederzeit telefonisch oder per Post widerrufen. Auf Anfrage kannst du bei uns Auskunft erhalten, welche Daten von dir gespeichert sind:

*(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)*

## Erklärung der informierten Einwilligung (für Peer-Forscher\*innen)

### Meine Einwilligung:

Ich bin damit einverstanden, am Forschungsprojekt im Rahmen von #body\_? teilzunehmen. Ich habe die informierte Einwilligung gelesen und verstanden. Ich wurde ausführlich über das Forschungsvorhaben informiert und es wurde in einer für mich verständlichen Art und Weise erklärt. Offene Fragen wurden mir erklärt und ich habe derzeit keine offenen Fragen. Bei weiteren Fragen kann ich mich an die angeführten Kontaktadressen wenden.

Ich wurde darüber informiert, dass ich zu jedem Zeitpunkt aus der Studie aussteigen kann, ohne dass für mich Nachteile entstehen.

Ich bin damit einverstanden, dass die in der informierten Einwilligung beschriebenen Daten von mir erhoben werden dürfen, einschließlich Fotos, Videos und Sprachaufzeichnungen von mir, die während des Projektes von mir gemacht werden, oder die ich selbst gemacht habe.

Ich wurde darüber informiert, dass meine Daten vertraulich behandelt werden, erhobene Daten im Sinne der rechtlichen Vorgaben zum Datenschutz verwendet werden, und meine personenbezogenen Daten nicht außerhalb der Durchführung der Photovoice Studie verwendet werden.

Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten in pseudonymisierter Form (Nennung des Geschlechtes) wissenschaftlich ausgewertet und veröffentlicht werden dürfen. Ich wurde darüber aufgeklärt, dass Bilder von mir oder von mir mitgebrachte Bilder nicht im Rahmen der Masterarbeit oder daraus entstehenden wissenschaftlichen Publikationen veröffentlicht werden. Ich bin damit einverstanden, dass die Transkripte der Sprach- und Videoaufzeichnungen für Publikationszwecke mindestens 5 Jahre aufbewahrt werden, und die Sprach- und Videoaufzeichnungen bis zu deren Löschung (erfolgt sofort nach Fertigstellung des Transkriptes) aufbewahrt werden dürfen.

Ich wurde darüber informiert, dass ich für eine mögliche Weiterverwendung der Workshoptranskripte und meiner Bilder im Projekt #body\_?, nach Beendigung des Forschungsprojektes, heute zeitgleich eine getrennte Einverständniserklärung erhalten werde.

Ich erkläre mich mit meiner Unterschrift auch dazu bereit, dass ich während der Workshops keine Fotos machen werde. Auch werde ich nachfolgende Informationen, über die ich während der Studie Kenntnis erhalte, vertraulich gemäß den gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzrechtes behandeln, während der Studie und auch fortbestehend nach Abschluss der Photovoice Studie:

1. Die Identität der anderen Teilnehmenden der Photovoice Studie
2. Die Identität der Personen, die ich auf den Bildern während der Diskussionsrunden sehe.

Eine Kopie dieser Erklärung habe ich erhalten.

.....  
(Ort, Datum, Unterschrift Jugendliche/r)

## 12.3 Elterninformation

Untenstehend wird die Elterninformation, welche die an der Photovoice Studie teilnehmenden Jugendlichen ihren Eltern weitergegeben haben, dargestellt. Die Elterninformation wurde vorab nach den Vorgaben des RCSEQ erstellt.

### Information zur **Photovoice Studie des #body\_? Projektes** für Eltern teilnehmender Peer-Forscher\*innen

Sehr geehrte Eltern,

Die aha Jugendinfo, die aks Gesundheit GmbH, der Verein amazone und die Fachhochschule Vorarlberg führen derzeit ein gemeinsam das Projekt #body\_? durch. Das Projekt startet mit einem **wissenschaftlichen Forschungsprojekt (Masterarbeit)**, Thema davon ist die Rolle von Social Media in der Körperbildwahrnehmung Jugendlicher und junger Erwachsener.

Im Rahmen des Forschungsprojektes erfolgt die Verfassung einer Masterarbeit im Fachbereich Public Health an der UMIT TIROL. Wenn Sie Interesse an den Ergebnissen der Masterarbeit haben, können Sie sich gerne für eine Zusammenfassung der Arbeit an die unten angegebenen Kontaktdaten der Verfasserin der Masterarbeit, Angelika Felder, BSc. wenden.

In der aha Jugendinfo wurde das Projekt vorgestellt, und Ihr Kind hat Interesse daran teilzunehmen. Daher möchten wir auch Sie nachfolgend ausführlich über das Forschungsprojekt und das übergreifende Projekt #body\_? informieren:

#### **Was ist das Ziel?**

Social Media Plattformen sind ein wichtiger Bestandteil im Leben Ihrer Kinder. Sie können sich jederzeit und überall Videos und Bilder ansehen, das Leben von Freund\*innen oder Influencer\*innen mitverfolgen und immer wieder Neues entdecken. Im Projekt #body\_? soll erarbeitet werden, welche Rolle Social Media bei der Entwicklung des eigenen Bildes vom eigenen Körper („Körperbild“) hat und welche Informationen Jugendliche und junge Erwachsene benötigen, um damit gut umzugehen.

Ziel des Projektes ist es, gemeinsam mit Ihrem Kind als sogenannte\*r Peer-Forscher\*in in Form einer sogenannten Photovoice Studie zu erarbeiten, welche Rolle Darstellungen von Menschen mit verschiedensten Figuren, Styles und Aussehen („Körperbilder“) in Social Media im Leben von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen spielen. Durch die gemeinsame Diskussion von Bildmaterial, das Jugendliche selbst erstellen bzw. auswählen, werden Meinungen, Gedanken und Ansichten der Jugendlichen zu verschiedenen Körperbildern auf Social Media gesammelt. Ihr Kind lernt im Rahmen einer Veranstaltung auch, welches Bildmaterial aufgenommen bzw. mitgebracht werden darf und welches aus rechtlichen Gründen nicht.

**Das Forschungsprojekt (Masterarbeit) setzt hier an:** In der gemeinsamen Auswertung der (selbst erstellten bzw. ausgewählten und mitgebrachten) Bilder und deren Diskussionen soll geklärt werden, wie Social Media auf die Körperwahrnehmung wirkt. Dabei werden für die Jugendlichen relevante Themenbereiche definiert und entweder anhand von lizenzfreien öffentlich verfügbaren Beispielbildern oder graphical recording (ein Mitzeichnen während der Diskussion) für die Masterarbeit weiterverarbeitet. Das bedeutet, dass in der Masterarbeit und weiteren daraus gegebenenfalls entstehenden wissenschaftlichen Publikationen keinerlei Bildmaterial verwendet wird, das Ihr Kind aufgenommen hat oder in dem es sichtbar ist. Bitte beachten Sie, dass dies im Rahmen des Gesamtprojektes auch nur erfolgt, wenn Ihr Kind dem zustimmt.

Durch die gemeinsame Arbeit von Forscher\*innen und Jugendlichen kann ermittelt werden, in welchen Bereichen Bedarf für Gesundheitsförderungsmaßnahmen für Jugendliche besteht. Möglichkeiten für Gesundheitsförderung und gute Nutzung von Social Media für das Thema Körperbild werden dabei von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Gruppe selbst entwickelt. So können zukünftig zielgerichtete Gesundheitsförderungsprogramme entwickelt werden, und die Stimme junger Menschen wird gehört.

### **Was ist die Photovoice Methode?**

Die „Photovoice“ Methode ist eine Forschungsmethode. Dabei machen die jungen Teilnehmenden im ersten Schritt Bilder von Ihrer Lebenswelt zum oben genannten Thema. Diese Fotos werden dann in einem zweiten und dritten Schritt mithilfe eines Tisches mit Display-Touch-Funktion den anderen jungen Teilnehmenden (max. 16 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 20 Jahren in 2 Gruppen mit je max. 8 Personen) präsentiert und gemeinsam besprochen, diskutiert und analysiert. Diese Diskussionen werden von Mitarbeitenden, der aha Jugendinfo und der aks-Gesundheit GmbH moderiert. Ihr Kind hat damit die Möglichkeit immer aktiv am Forschungsprozess teilzunehmen und alle eigenen Ideen einzubringen.

## Was passiert mit den Daten meines Kindes?

Nachfolgend werden nun die Datenverarbeitung und Aufbewahrung der Daten Ihres Kindes zu Ihrer Information genau beschrieben.

Im Rahmen der Anmeldung wird Ihr Kind uns erlauben persönlichen Daten wie Name, Geschlecht, Alter und E-Mailadresse für die Anmeldung am Forschungsprojekt zu speichern. Diese **Anmeldedaten** werden getrennt von den Forschungsdaten bei *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)* auf gesicherten Servern aufbewahrt. Somit ist kein Bezug der Anmeldedaten zu den Forschungsdaten möglich. Ansprechperson bei Fragen zu den Anmeldedaten ist *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)*.

Ihr Kind stellt **Bildmaterial** zur Verfügung. Damit Ihr Kind den richtigen Umgang mit Bildern und den damit verbundenen Rechten lernt, wird vor der Photovoice Studie ein verpflichtender Workshop zu Recht am Bild abgehalten. Hier lernt Ihr Kind die Rechte an den eigenen Bildern kennen, sowie auch die Rechte an den Bildern von Anderen zu berücksichtigen und einzuhalten.

Die **Daten** (Bsp.: Ton- und Videoaufzeichnungen) werden in der Masterarbeit pseudonymisiert ausgewertet, es wird dabei lediglich das Geschlecht Ihres Kindes genannt. Alle anderen Daten werden nicht personenbezogen ausgewertet und lassen nach Auswertung der Daten **keine Rückschlüsse auf die Identität Ihres Kindes** zu. Es wird von uns darauf geachtet die Integrität Ihres Kindes zu wahren.

Die Bilder, die ihr Kind einbringt, werden in der Masterarbeit (Kontaktdaten Angelika Felder, BSc. siehe unten) bzw. etwaigen wissenschaftlichen Publikationen nicht veröffentlicht und ausschließlich im Rahmen der Durchführung des Forschungsprojektes verwendet. Das bedeutet die Bilder ihres Kindes werden nicht in der Masterarbeit oder möglichen späteren wissenschaftlichen Publikationen dieser Masterarbeit verwendet. Nach Beendigung der Datenauswertung der Masterarbeit wird das Bildmaterial von den Projektverantwortlichen des #body\_? Projektes *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)* weiter aufbewahrt. **Für die weitere, an das Forschungsprojekt (Masterarbeit) anschließende Datenverwendung und Aufbewahrung der von ihrem Kind eingebrachten Bilder im Projekt #body\_? erhält Ihr Kind zeitgleich zur Einwilligungserklärung für das Forschungsprojekt (Masterarbeit) eine eigene Information und Einwilligungserklärung, die Ihr Kind bei Einverständnis unterschreibt.**

Im Rahmen der Diskussion der Bilder werden Fragen zur Nutzung von digitalen Geräten und sozialen Medien gestellt und Einstellungen und Meinungen Ihres Kindes erfragt. Die Diskussion wird über Ton- und Videoaufnahmen dokumentiert.

Die **Ton- und Videoaufnahmen** dienen lediglich der Aufzeichnung des Gespräches für die spätere wissenschaftliche Analyse und gelangen nicht an die Öffentlichkeit. Zugang zu Ton- und Videoaufnahmen haben ausschließlich die forschenden Personen Angelika Felder, BSc. und Kristin Ganahl, MA. Die Sprach- und Videoaufnahmen werden bis zur Löschung nach Abschluss der Transkription kennwortgeschützt gesichert gespeichert und nur die oben genannten Forschungspersonen haben Zugriff auf diese Daten.

Aus den Ton- und Videoaufnahmen wird von der Autorin der Masterarbeit (Angelika Felder) ein pseudonymisiertes schriftliches **Transkript** erstellt. Dieses enthält ausschließlich das Geschlecht Ihres Kindes und lässt keinen Personenbezug zu.

Die Datenaufbewahrung des Transkriptes erfolgt für die Masterarbeit und eine spätere mögliche wissenschaftliche Publikation mindestens 5 Jahre kennwortgeschützt, Zugriff haben die Autorin der Masterarbeit, sowie ihre Betreuungspersonen.

Das Transkript stellt die Basis für die weitere Erstellung von Maßnahmen der Gesundheitsförderung dar und wird neben der Masterarbeit auch für das Projekt #body\_? verwendet. Das heißt das Transkript wird neben der Autorin der Masterarbeit auch auf gesicherten Servern der aks Gesundheit GmbH für mindestens 5 Jahre gespeichert.

**Für Datenverwendung und Aufbewahrung des Transkriptes im Projekt #body\_? erhält Ihr Kind zeitgleich zur informierten Einwilligung der Photovoice Studie eine eigene Information und Einwilligungserklärung, die Ihr Kind bei Einverständnis unterschreibt.**

### **Maßnahmen zum Schutz Ihres Kindes:**

Die Teilnahme Ihres Kindes ist zu jeden Zeitpunkt freiwillig. Das heißt Ihr Kind kann jederzeit beschließen die Teilnahme zu beenden. Wir bitten die Jugendlichen uns in diesem Fall einfach telefonisch oder per Post Bescheid zu sagen. Es werden dann alle bis dahin von der teilnehmenden Person erhobenen personenbezogenen Daten und Bildmaterialien gelöscht, obwohl wir dazu nicht verpflichtet wären (siehe Betroffenenrechte im nächsten Teil). Wir gehen dabei über unsere gesetzliche Pflichten hinaus, um Ihre Kind optimal zu schützen. Die Themen, die während der Studie besprochen werden, werden vertraulich behandelt, das heißt Ihr Kind und auch die anderen Jugendlichen erklären sich bereit, die besprochenen Themen nicht außerhalb der Studie weiterzuerzählen.

Sollte Ihr Kind während des Projektes mit psychologisch geschultem Personen zum Thema Körperbild sprechen wollen, stehen diese gerne kostenlos zur Verfügung.

## Informationen zu Betroffenenrecht für Forschungsteilnehmer\*innen nach DSGVO:

Für Forschungszwecke erhobene Daten dürfen vom Verantwortlichen grundsätzlich unbeschränkt verarbeitet (z.B. gespeichert) werden (§ 2d Abs. 5 FOG in Verbindung mit Art. 89 Abs. 1 DSGVO). Aus datenschutzrechtlichen Gründen haben Forschungsteilnehmer\*innen als Betroffene im Hinblick auf personenbezogene Daten das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung, Datenübertragbarkeit und Widerspruch, sofern dies die Erreichung des Forschungszweckes nicht unmöglich macht oder ernsthaft beeinträchtigt (§ 2d Abs. 6 FOG). Weiters besteht das Recht auf Widerruf einer erteilten Einwilligung, wobei Daten, die bis zu diesem Zeitpunkt verarbeitet oder bereits anonymisiert wurden, in der Regel rechtskonform sind und nicht gelöscht werden müssen.

Für allgemeine datenschutzrechtliche Fragen in Zusammenhang mit Forschung stehen der/die Datenschutzbeauftragte/n der UMIT Tirol (0664/8372136 /datenschutz@umit-tirol.at) zur Verfügung.

Sofern Bedenken im Hinblick auf die Verarbeitung von Daten bestehen, ersuchen wir um Kontaktaufnahme, sodass auf Bedenken eingegangen werden kann. Es besteht aber auch das Recht, eine Beschwerde an die Datenschutzbehörde zu richten. Die österreichische Datenschutzbehörde kann über folgende Webseite erreicht werden: <https://www.dsb.gv.at/>.

Auch stehen Ihnen bei weiteren Fragen zum Datenschutz die unten angegebenen Datenschutzbeauftragten der teilnehmenden Institutionen des #body\_? Projektes: *(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)*

Vor dem Start des Forschungsprojektes erfolgte eine Prüfung des Vorhabens durch das Research Committee for Scientific Ethical Questions der Privatuniversität UMIT Tirol (RCSEQ).

**Für weitere Auskünften stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:**

*(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)*

## 12.4 Briefing zur Aufgabenstellung für teilnehmende Jugendliche

Nachfolgend wird die Aufgabenstellung, welche die an der Photovoice Studie teilnehmenden Jugendlichen für das Sammeln und Erstellen ihrer Bilder und Social Media-Links erhalten haben, dargestellt.

## Briefing zur Datenerhebung und Fotodokumentation

Auf Social Media Plattformen wie TikTok, Instagram, Snapchat, Youtube & Co. sehen wir täglich zahlreiche Bilder und Videos von Influencer\*innen aber auch Freund\*innen. Dabei sehen wir unterschiedlichste Körper, Selbstdarstellungen und Lifestyles. Der Vergleich mit diesen Bildern, kann uns beeinflussen.

Uns interessiert deine Meinung zu diesem Thema. Wir wollen wissen, was du darüber denkst und was dich beschäftigt. Bitte sammle dazu Links zu Bildern und/oder Videos in Social Media und mache selbst Fotos zur folgenden Frage:

### WAS FÄLLT DIR ZU SOCIAL MEDIA & KÖRPER EIN?



Mache selbst 3 bis max. 5 Fotos und sammle 3 bis max. 5 Links, die du wichtig findest und uns und den anderen teilnehmenden Jugendlichen gerne zeigen möchtest.

Du kannst Fotos von dir machen, aber auch von Gegenständen, deinem Umfeld und Anderem. Alles, was dir einfällt und gefällt ist erlaubt. Deiner Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Das gilt auch für das Sammeln der Links.

**Halte dich dabei aber bitte unbedingt an die Bildrechte und Vorgaben, die du im Workshop „Recht am Bild“ kennengelernt hast (Denk daran PRIVATE Social Media Profile, denen du folgst, dürfen NICHT gezeigt werden)**

### Hochladen

Wir werden dir die Informationen, wie und wo du deine Fotos und Links speichern kannst, nach dem „Workshop Recht am Bild“ an deine E-Mailadresse schicken. Du kannst deinen Speicherordner an deinem Nickname, den du dir beim „Workshop Recht am Bild“ überlegt hast, erkennen.

**Lade deine Fotos und Links bis spätestens Donnerstag, 26. April 2023 hoch.**

Deine Bilder und Links sind in den Ordnern geschützt und nur du, Angelika oder Kristin haben Zugriff auf deine Fotos. Wenn du magst, kannst du die Fotos auch mit Notizen speichern, das musst du aber nicht.

Wie geht es weiter, nachdem du die Fotos und Links hochgeladen hast?

Analysieren und Diskutieren

Für diesen Schritt findet der erste „**Workshop Photovoice**“ **in der ersten Maiwoche** (für Abgabe der Masterarbeit entfernte Zeitdaten) je nach Gruppeneinteilung, zusammen mit den anderen Teilnehmer\*innen deiner Gruppe statt. Es werden die Fotos präsentiert und besprochen. Wir arbeiten hier mit einem Multi-Touch-Table. So können wir uns die Bilder und Links gegenseitig zeigen und sortieren. Der zweite „**Workshop Forschungsergebnisse**“ **findet dann am** (für Abgabe der Masterarbeit entfernte Zeitdaten) **statt.**

Wie geht es nach den Workshops weiter?

Wir werden unsere Ergebnisse **im Juli** beim „Abschlussfestle“ den anderen am Projekt Body teilnehmenden Institutionen präsentieren. Den Termin dafür werden wir noch mit euch besprechen.

Die Ergebnisse unserer Forschung sollen dann später in Gesundheitsförderungsprojekten und im Projekt #body\_? weiter eingesetzt werden, denn wir wollen mit unserer Forschung eine (positive) Veränderung bewirken.

Auch werden unsere Ergebnisse von Angelika in ihrer Masterarbeit verwendet. Wenn du Interesse an den Ergebnissen der Masterarbeit hast, kannst du dich an Angelika für eine Zusammenfassung wenden.

Honorar

Als Dankeschön für deine Teilnahme, erhältst du einen Einkaufsgutschein im Wert von € 50,-, wenn du am „Workshop Photovoice“ teilgenommen hast und € 100,-, wenn du am „Workshop Photovoice“ und am „Workshop Forschungsergebnisse“ teilgenommen hast. Die Gutscheine bekommst du nach Abschluss des Projektes im Juli beim Abschlussfestle.

## Kontakt und Information

Wenn du Fragen hast, kannst du dich immer gerne an (Kontakte) wenden → gerne auch gleichzeitig per Mail ;)

*(für Abgabe der Masterarbeit entfernte Kontaktdaten)*

## 13 Curriculum Vitae

Name: Angelika Felder, BSc.  
Geburtsdatum: 19.03.1993  
Staatsangehörigkeit: Österreich

### Schulbildung und Studium

seit 10/2021 UMIT-Hall in Tirol Masterstudium Public Health  
2016-2019 FH Campus Wien Bachelorstudium Orthoptik  
2013-2016 Berufsschule für Augenoptik Hall in Tirol  
2007-2012 Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe Rankweil

### Praktika

09/2022 bis 08/2023 Praktikum in der aks-Gesundheit GmbH in den Bereichen  
Wissenschaft und Gesundheitsbildung  
09/2018-10/2018 Auslandspraktikum im Rigshospitalet Glostrup in Dänemark in  
der Abteilung für Strabismus  
02/2018 1-wöchige interdisziplinäre Fallstudie/Internationaler  
Studentenaustausch an der Kitasato Universität in Japan  
2012-2013 Freiwilliges Sozialjahr

### Berufserfahrung

10/2023 bis heute Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Forschungsgruppe für  
empirische Sozialwissenschaften der Fachhochschule  
Vorarlberg (FHV)  
09/2019 bis 12/2023 Orthoptistin im klinischen und niedergelassenen Bereich der  
Augenheilkunde  
09/2013-08/2018 Ausbildung zur Augenoptikerin und Tätigkeit als Augenoptikerin

## 14 Rolle des Studierenden / Role of the Student

Leistungsbereich	Eigenanteil	Anteil anderer Personen (Wer, Was, Wie viel?)
Konzeption	90%	5% Kristin Ganahl, MA, aks Wissenschaft: Forschungsthema und Idee der Methodik: durch Projekt in das die Masterarbeit eingebettet durchgeführt wurde: „#body_? Von Positivity über Neutrality zu Selbstbestimmung – Konzepte von Körper und Gesundheit in analogen und digitalen Lebenswelten von Jugendlichen“  5% Assoc. -Prof. Priv. Doz. MMag. Dr. Elisabeth Nöhammer: inhaltliche Betreuung
Recherchen	100%	
Feldarbeit	90%	10% Projekt „#body_? Von Positivity über Neutrality zu Selbstbestimmung – Konzepte von Körper und Gesundheit in analogen und digitalen Lebenswelten von Jugendlichen“: ermöglichte Zugang zur Studienpopulation, Organisation der Räumlichkeiten für Feldarbeit und Moderation der Gruppeninterviews und Gruppendiskussionen
Auswertung	100%	
Interpretation	100%	
Manuskript	95%	5% Assoc. -Prof. Priv. Doz. MMag. Dr. Elisabeth Nöhammer: inhaltliche Betreuung

## 15 Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig (mit Ausnahme der erklärten Teile), ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen wörtlich oder sinngemäß übernommenen Stellen und Gedanken sind als solche nach den Regeln der guten wissenschaftlichen Praxis kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

30.12.2023

Angelika Felder