Schönheitsideale in Social Media

Wie Social Medie die Verbreitung von unrealistischen Schönheitsidealen bei GenZ fördert

ABSTRACT

Die Sozialen Medien dienen heutzutage nicht mehr nur der reinen Kommunikation, sondern haben auch einen großen Einfluss auf die aktuell herrschenden Schönheitsideale und das daraus resultierende Selbstbild. Diese Arbeit untersucht, inwiefern die Sozialen Medien die Verbreitung unrealistischer Schönheitsstandards fördern. Sie konzentriert sich hierbei ausschließlich auf die GenerationZ. Basierend auf Interviews, die mit Angehörigen der sogenannten GenZ geführt wurden, wird analysiert in welchem Ausmaß die Influencer*innen und deren bearbeitete Bilder das Selbstbild junger Menschen beeinflussen. Und wie sich das auf die psychische Gesundheit der betroffenen auswirkt. Die Ergebnisse zeigen, dass die ständige Konfrontation mit den bearbeiteten Darstellungen zu einem ständigen Vergleichsdenken, sowie einem geringem Selbstwertgefühl und einer Verharmlosung von Schönheitsoperationen führen kann.

CCS CONCEPTS

• Emprical Studies • General and References • Cross-computing tools and techniques

KEYWORDS

Schönheitsideale, Social Media, unrealistisch, Interviews

1 Einführung

In der heutigen Welt ist Social Media ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Gesellschaft geworden. Dadurch hat sich die Art und Weise, wie Schönheitsideale entstehen und vermittelt werden, grundlegend verändert. Besonders betroffen von diesem Wandel sind die Mitglieder der Generation Z, da sie von klein auf, mit den Sozialen Medien und deren Inhalten aufgewachsen sind.

Ein problematisches Beispiel für eben diese Inhalte sind unrealistische Schönheitsideale, welche durch Filter oder bearbeitete Bilder entstehen. Immer häufiger haben solche unrealistischen Schönheitsdarstellungen Einfluss auf das Selbstbild der Nutzer*innen. Dies kann jedoch vor allem bei jungen Nutzer*innen zu großen Problemen führen, da sie sich häufig noch in der Selbstfindungsphase befinden und durch unrealistische Schönheitsideale schnell verunsichert oder beeinflusst werden könnten.

Der aktuelle Stand der Forschung zeigt, dass der Konsum von solchen unrealistischen Schönheitsdarstellungen gravierende Auswirkungen auf die Konsument*innen hat. Psychologische Aspekte wie ein geringes Selbstwertgefühl, aber auch körperliche Folgen wie beispielsweise eine Essstörung, können die Konsequenzen eines solchen Konsums sein.

Diese Studie zielt darauf ab zu untersuchen, inwiefern Social Media die Verbreitung von unrealistischen Schönheitsidealen bei GenZ fördert. Anhand der durchgeführten Interviews mit den Jugendlichen der GenerationZ, soll ein tieferes Verständnis dafür gewonnen werden, welche Rolle Social Media in der Bildung und Verbreitung von Schönheitsidealen spielt. Und welche Maßnahmen erforderlich sind, um die negativen Auswirkungen zu minimieren. Die Ergebnisse sollen dazu beitragen, über die Risiken und

Herausforderungen welche die sozialen Medien in diesem Hinblick mit sich bringen aufzuklären.

1.1 Forschungsfrage

Löst Social Media unrealistische Schönheitsideale bei GenZ aus?

2 Recherche existierender Informationen

Bevor man analysieren kann, inwiefern Social Media die Verbreitung von unrealistischen Schönheitsidealen bei GenZ fördert, ist es notwendig zu Beginn den Begriff des „Schönheitsideals“ zu definieren. Schönheitsideale sind sowohl kulturell als auch gesellschaftlich geprägte Vorstellungen davon, welche äußerlichen Merkmale als attraktiv oder erstrebenswert gelten. Sie variieren zwischen den Kulturen und Epochen und befinden sich im ständigen Wandel, da sie von verschiedenen Faktoren beeinflusst werden können (Goldmann, 2019). In der modernen Gesellschaft werden Schönheitsideale oft mit bestimmten körperlichen Merkmalen wie der Körpergröße, dem Gewicht oder den Proportionen assoziiert. Genau diese Merkmale werden heutzutage immer öfter durch die sozialen Medien idealisiert und als erstrebenswert dargestellt (Harth, 2017). Allgemein spielen die sozialen Medien eine sehr große Rolle, wenn es um die Entstehung und Verbreitung von Schönheitsidealen geht. „Mediale Darstellungen in Werbung, sozialen Medien oder Reality-TV-Formaten tragen maßgeblich zur diskursiven Herstellung von Schönheitsidealen bei […]“(Goldmann, 2019).

Die Generation Z umfasst Personen, die zwischen Mitte der 1990er und den frühen 2010er Jahren geboren wurden. Sie wird oft als „GenZ“ oder „Digital Natives“ bezeichnet, da sie die erste Generation ist, die von Geburt an mit digitalen Technologien aufgewachsen ist, und so nachhaltig von ihnen geprägt wurde (Kleinjohann, 2020). Sie zeichnet sich durch eine hohe Affinität zu digitalen Medien und Technologien aus, was ihren Kommunikationsstil und ihre Meinungsbildung grundlegend beeinflusst hat (Meyer, 2020). Insgesamt unterscheidet sich die Generation Z in vielerlei Hinsicht von vorherigen Generationen, insbesondere aber durch ihren Umgang mit den sozialen Medien.

Aufgrund der negativen Auswirkungen, die die Sozialen Medien auf das Selbstbild der Menschen haben, gibt es Bewegungen und Initiativen die versuchen, den Einfluss sozialer Medien auf das Körperbild positiv zu gestalten. So beispielsweise die Body-Positivity-Bewegung, diese setzt sich für die Akzeptanz und Verbreitung verschiedener Körperformen ein. Denn es ist bewiesen, dass das Betrachten von körperpositiven Inhalten das Selbstwertgefühl und die Körperzufriedenheit nachweislich verbessern kann (Hoffmann, 2023).

Ein anderer Ansatz, der gegen die Verbreitung von unrealistischen Schönheitsidealen vorgeht, ist die Aufklärung im Bereich der sozialen Medien und die Steigerung der Medienkompetenz der Nutzer*innen. Sie sollen den kritischen Umgang mit sozialen Medien lernen und mögliche Risiken frühzeitig zu entdecken (Paschke, 2024). Außerdem sollen sie lernen manipulierte Inhalte zu erkennen und deren Inhalte zu hinterfragen.

Ein weiterer Ansatz besteht darin, Algorithmen auf sozialen Plattformen zu verändern, um realistischere Inhalte sichtbarer zu machen. Derzeit zeigen die meisten Plattformen vermehrt Inhalte, welche die idealisierten Schönheitsstandards fördern. Mit Hilfe der Änderungen, sollen den Nutzern vermehrt die Inhalte angezeigt werden, die reale und positivere Beiträge zeigen. So könnte die Wahrnehmung von Körperbildern erheblich verändert und der Druck auf junge Menschen verringert werden (Cohen, 2019). Das wiederrum würde das allgemeine Wohlbefinden der Nutzer*innen fördern.

Dass Social Media immer mehr Einfluss auf unsere Wahrnehmung von Schönheitsidealen hat, zeigt sich vor allem durch Plattformen wie Instagram und TikTok. Diese verbreiten idealisierte und bearbeitete Bilder, die als Schönheitsmaßstab dienen, ohne dabei Bearbeitungen, Filter oder Deepfakes zu kennzeichnen. Dadurch wird es in manchen Fällen nahezu unmöglich zu erkennen, ob eine Person in Wirklichkeit so aussieht, oder ob ihr Aussehen durch Filter verfälscht wurde. Studien zeigen, dass durch diese Unsicherheit, der Druck, bestimmten Schönheitsstandards zu entsprechen enorm erhöht wird. Das wiederrum kann zu einem gesteigerten Interesse an kosmetischen Eingriffen führen (Carathanassis, 2024).

Obwohl das Aussehen maßgeblich subjektiven Präferenzen unterliegt, kristallisieren sich auf Social Media gewisse Idealvorstellungen heraus, die das äußere Erscheinungsbild betreffen. Influencer*innen geben durch ihre perfekt inszenierten Bilder und Lebensstile vor, was aktuell als „Schönheitsideal“ gilt (Goldmann, 2023). Zusätzlich verstärken sie bestehende Schönheitsideale, in dem sie zum Beispiel Diätprogramme oder bestimmte Kosmetikprodukte bewerben, die zur Erreichung der vorgegebenen Ideale beitragen sollen.

Man darf jedoch nicht übersehen, dass diese Ideale und Trends, teilweise enorm gesundheitsgefährdend sein können. Einige Beispiele hierfür sind der Brazilian Butt Lift (auch BBL genannt), spezielle Augenformen wie Fox Eyes oder das Double Chin Removal (Carathanassis2024). All diese Trends setzten operative kosmetische Eingriffe voraus. Diese sind nicht nur sehr kostspielig, sondern zum Teil auch lebensbedrohlich. Problematisch daran ist, dass die junge Zielgruppe, in diesem Fall die GenerationZ ,sich oft gar nicht darüber im Klaren sind, welche Risiken solche Eingriffe mit sich bringen (Baumgartner-Hirscher, 2019). Für sie zählt nur eins: dem in den sozialen Medien durch Influencer*innen erzeugten Schönheitsideal zu entsprechen.

Nutzer*innen ahmen das nach was ihnen in den Sozialen Medien als „normal“ und erstrebenswert präsentiert wird. Da dies auf natürlichem Wege jedoch in den meisten Fällen unmöglich zu erreichen ist, greifen auch sie immer häufiger zu Filtern und Bildbearbeitungsprogrammen. Wenn der eigene Körper nicht ausreicht, wird mit Bildbearbeitung und Filtern nachgeholfen (Götz, 2019). Die Nutzung sozialer Medien geht demzufolge mit einer Veränderung der Selbstwahrnehmung und einer Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper einher. Außerdem bewirkt die ständige Konfrontation mit den vermeintlich perfekt aussehenden Vorbildern im Internet eine höhere Selbstobjektivierung. Die Nutzer*innen stehen sowohl bewusst als auch unterbewusst im ständigen Vergleichen mit den Influencer*innen (Tiggemann 2018).

Zudem hat die ständige Konfrontation mit idealisierten Körperbildern nachweislich negative Auswirkungen auf die psychische Gesundheit junger Menschen (Froböse, 2024). Dies kann wiederum das Risiko für die Entwicklung von Essstörungen, Depressionen und Angststörungen erhöhen.

Hinzu kommt die Normalisierung von chirurgischen Eingriffen und anderen körperverändernden Maßnahmen. Plattformen wie beispielsweise Instagram zeigen zunehmend Inhalte, die plastische Chirurgie als notwendig und ungefährlich darstellen. Laut einer Studie führt dies dazu, dass junge Menschen solche Eingriffe weniger kritisch betrachten und ihre eigenen Körper strenger bewerten (Tiggemann, 2018).

Darüber hinaus haben soziale Medien Einfluss auf die Entwicklung von sozialen Vergleichsprozessen (Stein, 2023). Nutzer*innen vergleichen sich immer häufiger mit den idealisierten Darstellungen, die sie im Internet zu sehen bekommen. Diese Vergleiche sind insbesondere dann problematisch, wenn sie sich auf die mentale Gesundheit der betroffenen auswirken.

3 Studie: Interviews

3.1 Teilnehmer

Die folgenden Interviews umfassen ausschließlich Personen der Generation Z, also alle Menschen, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurden.

Teilnehmer	Alter	Geschlecht	Beruf
P1	22	w	Verkäuferin
P2	21	m	Erzieher
P3	20	w	Lehramts Studentin
P4	22	w	Kriminalpsychologie Studentin
P5	19	w	Studentin
P6	22	w	Medien Studentin
P7	20	m	Industrie-kaufmann

3.2 Leitfaden

1.Wie oft nutzen Sie Social Media-Plattformen wie Instagram, TikTok oder Snapchat, und welche Inhalte ziehen Ihre Aufmerksamkeit besonders an?

1.2 Nach welchen Kriterien entscheiden Sie, wem Sie in den sozialen Medien folgen? Sind dies eher Leute, deren Content Sie inhaltlich interessiert oder die Personen, die Sie optisch ansprechen?

2. Welche Plattformen empfinden Sie als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsdarstellungen geht?

3. Haben Sie das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media Ihre Wahrnehmung von Schönheit beeinflussen? Wenn ja, wie?

4. Wurden Sie schon einmal durch einen Schönheitstrend auf social Media beeinflusst, falls ja in welchem Ausmaß?

5. Haben Sie das Gefühl, dass Social Media langfristig Auswirkungen auf Ihre psychische Gesundheit hat, insbesondere im Hinblick auf Ihr Selbstwertgefühl oder Ihr Körperbild?

6. Glauben Sie, dass die GenZ stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als frühere Generationen? Warum?

3.3 Durchführung des Interviews

1.Wie oft nutzen Sie Social Media-Plattformen wie Instagram, TikTok oder Snapchat, und welche Inhalte ziehen Ihre Aufmerksamkeit besonders an?

p1: ,,mindestens sieben Stunden‘‘

p2: ,,höchstens eine Stunde‘‘

Alle Teilnehmer gaben an, Social Media täglich zu konsumieren, wobei TikTok und Instagram die bevorzugten Plattformen sind. Die Dauer der Nutzung variierte zwischen einer bis mehrere Stunden täglich.

Fashion-, Beauty- und Lifestyle-Inhalte konsumieren p1 und p6. Sportinhalte wie Fußball- und

Fitnesscontent schauen hauptsächlich p2, p4 und p7. P3 zeigt Interesse an Tanz-Videoclips, Reisevlogs sowie Influencern, die Beauty- und Comedy-Inhalte produzieren. Bei einigen Teilnehmern sind lustige Bilder oder Videos, die im Internet als „Memes“ bezeichnet werden, sehr gefragt.

1.2 Nach welchen Kriterien entscheiden sie, wem sie in den sozialen Medien folgen, eher Leuten, deren Content Sie inhaltlich interessiert oder den Personen, die Sie optisch ansprechen?

Ein allgemeiner Trend zeigte sich darin, dass die Mehrheit der Teilnehmer ihre Aufmerksamkeit auf Inhalte lenkt, die sie inspirieren oder unterhalten, wobei ästhetische Aspekte teilweise auch eine Rolle spielen. Einige betonen, dass sie bewusst Accounts folgen, die sie nur inhaltlich interessieren, während p1 und p6 sowohl den Inhalt als auch das Erscheinungsbild für entscheidend halten. P6 folgt fast ausschließlich Personen, die auf sozialen Plattformen bereits einen Schönheitseingriff hatten. Dies motiviert sie, ebenfalls einen Eingriff in Erwägung zu ziehen.

2. Welche Plattformen empfinden Sie als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsdarstellungen geht?

Instagram wird von den meisten Teilnehmern als die problematischste Plattform wahrgenommen, gefolgt von TikTok. Die Darstellung auf Instagram sei häufig ,,bearbeitet´´sagen p2, p5 und p6. Zudem betont p6, dass auf Instagram ,,Schönheitsoperationen und Filter normalisiert werden´´. In sozialen Medien finden sich zahlreiche Bearbeitungswerkzeuge und Filter. Jeder Filter auf den Plattformen Instagram, Snapchat und TikTok ist gekennzeichnet. Allerdings sind hinter einigen Bildern ganze Agenturen involviert, nicht nur die Person, die das Bild gemacht hat, so p5. Darüber hinaus nehmen viele Influencer Videos auf, die sie veröffentlichen wollen, vor oder nur in Situationen, in denen sie perfekt aussehen.

3. Haben Sie das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media Ihre Wahrnehmung von Schönheit beeinflussen? Wenn ja, wie?

P1 hebt hervor, dass Social Media ihre Wahrnehmung stark beeinflusst, da dort häufig bearbeitete Inhalte verbreitet werden. Sie betont, dass es mittlerweile Apps gibt, mit denen nicht nur Fotos, sondern auch Videos manipuliert werden können. Dies erschwere es, zwischen realen und bearbeiteten Inhalten zu unterscheiden. P2 schildert ähnliche Eindrücke. Er beschreibt, dass der Vergleich mit retuschierten Bildern in sozialen Medien dazu führe, dass man sich im eigenen Körper unwohl fühle. Diese Vergleiche erzeugen ein unrealistisches Selbstbild, das häufig auf manipulierten Inhalten basiert.

P7 beschreibt, dass Social Media durch perfekt inszenierte Bilder unbewusst Druck aufbauen kann. P5 und P6 stimmen dem zu und betonen, dass optisch perfekte Körper und Gesichtszüge, die durch Filter oder Schönheitsoperationen erzielt werden, die Wahrnehmung von Schönheit verzerren können.

P6 äußert, dass solche Darstellungen auf Social Media sogar den Wunsch wecken können, selbst Eingriffe vorzunehmen, um diesen Idealen zu entsprechen. Dies zeigt, wie stark die Inhalte die persönliche Einstellung zum eigenen Körper beeinflussen können.

P3 stellt fest, dass sie persönlich keine bewusste Beeinflussung empfindet, aber ein großes Problem für jüngere Mädchen sieht. Diese seien besonders anfällig für die Schönheitsideale, die von Influencern verbreitet werden. Sie betont, dass gezielte Werbung auf Social Media diesen Einfluss verstärkt und die Unsicherheiten vieler Menschen weiter vertieft.

P4 schildert, dass sie sich zwar nicht an konkrete Situationen erinnern kann, in denen sie von Social Media beeinflusst wurde, aber die Möglichkeit einer unbewussten Beeinflussung nicht ausschließt. Dieser Aspekt zeigt, dass auch Menschen, die sich kritisch mit den Inhalten beschäftigen, nicht vor der subtilen Wirkung der Plattformen sicher sind.

4. Wurden Sie schon einmal durch einen Schönheitstrend auf Social Media beeinflusst, falls ja in welchem Ausmaß?

Um den Begriff „Schönheitstrends“ in der Fragestellung genauer zu bestimmen, wird er hier als das Verständnis von modischen oder kulturellen Strömungen verstanden, die bestimmte ästhetische Vorstellungen und Ideale vermitteln. Diese Trends erstrecken sich über verschiedene Bereiche wie Make-up, Frisuren, Mode, Hautpflege und körperliche Merkmale. Sie werden durch Medien, soziale Netzwerke und prominente Persönlichkeiten verbreitet und populär gemacht.

Im Gegensatz zum männlichen Teilnehmer p2, hat sich p7 bereits im Bereich Fitness von Social Media beeinflussen lassen. Um einem bestimmten Körperbild zu entsprechen, hat er angefangen intensiver Sport zu machen. P7 ist dem Ideal, das auf Social Media als attraktiv propagiert wird, nachgegangen und äußerte den Gedanken, dass er „einen Sixpack haben müsste, um attraktiv genug zu sein“.

Alle weiblichen Teilnehmer außer p4 gaben zu, sie wurden schon einmal durch Content im Bereich Mode und Make-up beeinflusst. Auch wenn p3 sagt, dass sie möglicherweise nur unterbewusst beeinflusst oder gesteuert wurde. P1 bringt zum Ausdruck, dass ihr täglicher Konsum von Beauty-Content sie dazu bewegt hat, mehrere Produkte nachzukaufen. Ebenso hat p5 sich ein Paar Schuhe gekauft, nur weil sie im Trend waren und häufig Werbung für sie gemacht wurde, obwohl sie nicht ihrem persönlichen Stil entsprechen.

P6 probierte eine auf TikTok beworbene Wärmesalbe aus, die die Lippen voluminöser wirken lassen sollte. Allerdings verursachte die Salbe Schmerzen und war gesundheitlich bedenklich, wie sie selbst kritisierte. ,,Es hat sehr gebrannt und ich glaube, es war auch nicht so gesund‘‘ beurteilte p6 hinsichtlich des Produkts.

5. Haben Sie das Gefühl, dass Social Media langfristig Auswirkungen auf Ihre psychische Gesundheit hat, insbesondere im Hinblick auf Ihr Selbstwertgefühl oder Ihr Körperbild?

Unter allen Teilnehmern gab es nur p3 und p4, die angaben, dass Social Media keine langfristigen Auswirkungen auf ihre psychische Gesundheit hat. Trotzdem kann sich p4 vorstellen, dass vor allem jüngere oder Menschen die mit sich selbst nicht zufrieden oder unsicher sind, davon betroffen sein könnten.

Im Gegensatz dazu empfindet p2 durch den ständigen Vergleich mit anderen Personen auf Social Media einen erheblichen Erwartungsdruck. Auch das Selbstwertgefühl von p5 wird negativ durch den perfekt dargestellten Content beeinflusst. P1 gibt an, es hat einen besonders großen Einfluss auf ihr Selbstwertgefühl, wenn sie ,,bestimmte Inhalte besonders oft in gewissen Zeiträumen konsumiert‘‘. In diesen Zeiträumen bekommt p1 den Gedanken, wieder mehr für ihren Körper zu tun, um ihr Aussehen zu verbessern. Dies motiviert auch p1 dazu, etwas an ihrer aktuellen Situation zu ändern. Der ständige Vergleich führt auch bei p7 zu einem geschwächten Selbstwertgefühl. P7 betont, dass es insbesondere dann problematisch ist, wenn ein starker Schwerpunkt auf Likes und Follower-Zahlen gelegt wird. Ein bewusster Umgang mit den Inhalten sowie die Erkenntnis, dass viele Darstellungen auf Social Media nicht realitätsgetreu sind, können jedoch dazu beitragen, diesen negativen Einfluss zu reduzieren.

Einer der Teilnehmer gibt zu, dass Social Media sie im Hinblick auf ihr Aussehen so sehr beeinflusst, dass auch kleine Schönheitseingriffe für sie infrage kommen würden. P6 verrät uns, dass sie überlegt, sich die Lippen aufspritzen zu lassen. Aus den Gründen, dass sie auf Social Media ,,perfekte sehe''. Zu anderen möglichen Schönheitseingriffen meint p6, wenn sie noch beeinflussbarer wäre, würden ihr alle Eingriffe zusagen.

6. Glauben sie, dass die GenZ stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als frühere Generationen? Wenn ja, warum?

Die Teilnehmer waren sich einig, dass Generation Z im Vergleich zu früheren Generationen stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist, da sie mit Social Media aufgewachsen sind. ,,Plattformen wie Instagram und TikTok gibt es ja auch erst seit zehn Jahren'' erwähnt p1. Kinder in frühem Alter kennen sich bereits mit vielen Plattformen sehr gut aus, somit sehen sie diese Inhalte und können meist nicht zwischen Realität und Täuschung entscheiden. Ältere Generationen können dies durch viele Erfahrungen besser eingrenzen, meint p3. Auch p6 sagt, in den 90ern gab es Schönheitsideale, aber nur in Werbungen. Die Generation Z verbringt mehr Zeit in der virtuellen Welt und wird somit durchgehend mit den unrealistischen Schönheitsidealen konfrontiert.

4. Resultate

4.1 Auswertung

Jeder Teilnehmer verwendet täglich Social Media, wobei die Nutzungsdauer erheblich variiert. Die meistgenutzten Plattformen sind Instagram und TikTok. Die konsumierten Inhalte umfassen alles von Fashion-, Beauty- und Lifestyle-Beiträgen bis zu Sport- und Fitnessvideos. Auch Tanz-Videos, Reisevlogs und humorvolle Inhalte wie Memes sind ebenfalls stark gefragt.

Die meisten Nutzer folgen Accounts, die sie inhaltlich inspirieren oder unterhalten. Dabei spielt das äußere Erscheinungsbild der Personen oft eine sekundäre Rolle. Einige geben jedoch an, dass sowohl der Inhalt als auch die Optik der Personen entscheidend sind. Es wird auch erwähnt, dass Accounts von Personen mit Schönheitsoperationen Aufmerksamkeit erregen, da diese eine gewisse Faszination ausüben und teilweise den Wunsch nach ähnlichen Eingriffen auslösen.

Instagram wird als die problematischste Plattform im Hinblick auf unrealistische Schönheitsideale empfunden, dicht gefolgt von TikTok. Die Darstellung von bearbeiteten Bildern und Videos sowie die Normalisierung von Schönheitsoperationen wird kritisch betrachtet. Es wird angemerkt, dass hinter vielen Bildern professionelle Agenturen stehen und dass Influencer oft nur perfekte Szenarien präsentieren. Diese inszenierten Inhalte tragen dazu bei, ein verzerrtes Bild von Schönheit zu vermitteln.

Social Media beeinflusst die Wahrnehmung von Schönheit deutlich, insbesondere durch bearbeitete Inhalte und idealisierte Darstellungen. Diese können dazu führen, dass Menschen sich im eigenen Körper unwohl fühlen oder das Bedürfnis verspüren, den gezeigten Idealen zu entsprechen. Einige Teilnehmer bemerken, dass sie sich durch perfekt inszenierte Bilder unter Druck gesetzt fühlen. Es wird auch berichtet, dass die Inhalte den Wunsch nach Schönheitsoperationen wecken können. Gleichzeitig wird darauf hingewiesen, dass jüngere Zielgruppen besonders anfällig für solche Einflüsse sind, da sie oft weniger kritisch mit den Inhalten umgehen.

Schönheitstrends, die durch Social Media verbreitet werden, beeinflussen viele Nutzer in ihrem Kauf- und Entscheidungsverhalten. Einige lassen sich von Modetrends und beworbenen Produkten inspirieren, selbst wenn diese nicht ihrem Stil entsprechen. Es wird von Experimenten mit Produkten berichtet, die auf Social Media beworben werden, obwohl diese gesundheitlichen Risiken bergen könnten.

Social Media hat nach eigener Aussage bei vielen Teilnehmern langfristige Auswirkungen auf das Selbstwertgefühl und die Wahrnehmung des eigenen Körpers. Der ständige Vergleich mit idealisierten Darstellungen erzeugt Druck und Unsicherheiten. Ein bewusster Umgang mit den Inhalten sowie die Erkenntnis, dass viele Darstellungen nicht realitätsgetreu sind, können jedoch helfen, diese negativen Auswirkungen zu reduzieren.

Die Generation Z wird als besonders anfällig für die unrealistischen Schönheitsideale von Social Media eingeschätzt. Durch den frühzeitigen und intensiven Kontakt mit Plattformen wie Instagram und TikTok werden sie stärker mit idealisierten Darstellungen konfrontiert als frühere Generationen. Es wird betont, dass ältere Generationen, die weniger Zeit in virtuellen Welten verbrachten, besser zwischen Realität und Illusion unterscheiden konnten. Die permanente Verfügbarkeit solcher Inhalte macht es für die Generation Z jedoch schwieriger, sich davon abzugrenzen.

Die Interviews zeigen, dass Social Media einen erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung von Schönheit, das Selbstwertgefühl und die psychische Gesundheit hat. Unrealistische Darstellungen und die Normalisierung von Schönheitsoperationen verstärken Unsicherheiten und den Wunsch, den gezeigten Idealen zu entsprechen. Besonders die Generation Z ist durch die ständige Verfügbarkeit solcher Inhalte stark betroffen.

5 Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Social Media eine zentrale Rolle bei der Entstehung, sowie der Verbreitung von unrealistischen Schönheitsidealen spielt. Besonders Plattformen wie Instagram und TikTok präsentieren häufig Bilder und Inhalte, die durch diverse Filter, Bearbeitung oder chirurgische Eingriffe geprägt sind. Diese „verfälschten“ Inhalte beeinflussen nachweislich das Selbstbild vieler Nutzer*innen, insbesondere die der Generation Z, da diese tagtäglich mit den Sozialen Medien in Kontakt sind. Die durchgeführten Interviews zeigen, dass die Mehrheit der befragten Teilnehmer*innen schon einmal von Social Media beeinflusst wurde. Manche wurden direkt durch Makeup Trends beeinflusst, während andere von einer unterbewussten Beeinflussung berichten. Dieser Einfluss und der damit einhergehende Druck der auf die Nutzer*innen ausgeübt wird, haben oft negative Auswirkungen auf das Selbstwertgefühl. Außerdem können sie sich auch enorm auf die Psyche auswirken, sei es durch Selbstzweifel oder auch dem starken Verlangen den unrealistischen Körperbildern zu entsprechen. Gleichzeitig zeigen die Interviews, dass sich viele der Befragten der Problematik bewusst sind und wissen welche Risiken Social Media in sich birgt. Trotz dessen ist es notwendig, das Bewusstsein für die negativen Folgen solcher unrealistischen Darstellungen, insbesondere bei jüngeren Nutzerinnen, weiter zu schärfen. Social Media wird auch in Zukunft von großer Bedeutung sein, wenn es um die Wahrnehmung von Schönheit und die Bildung von Schönheitsstandarts geht. Ausschlaggebend ist jedoch, wie kritisch und reflektiert diese Inhalte von den Nutzer*innen konsumiert und aufgenommen werden.

REFERENCES

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

Carathanassis, F. (2024). Generation Z und das Schönheitsideal auf Social Media – eine rechtliche Betrachtungsweise. In: Bergen, I., Gramm, F., Grütters, J., Kolbe, H. (eds) Wie die Generation Z das Gesundheitswesen verändert. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-69213-4_9

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 and Society, 21(7), 1546-1564. https://doi.org/10.1177/1461444819826530

Froböse, I., Hoppe, M. (2024). Gesundheit und Prävention – wie achtsam ist die Generation Z?. In: Bergen, I., Gramm, F., Grütters, J., Kolbe, H. (eds) Wie die Generation Z das Gesundheitswesen verändert. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-69213-4_15

Goldmann, J.E., Herbst, L. (2019). Wer schön sein will … Körpernormen und Schöhnheitsdiskurse in den Medien. In: Dorer, J., Geiger, B., Hipfl, B., Ratković, V. (eds) Handbuch Medien und Geschlecht. Springer Reference Sozialwissenschaften. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20712-0_72-1

Götz, M. (2022). Der Einfluss der Medien auf das Körperbild. In: Herpertz, S., de Zwaan, M., Zipfel, S. (eds) Handbuch Essstörungen und Adipositas. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-63544-5_23

Götz, M. (2019). Die Selbstinszenierung von Influencerinnen auf Instagram und ihre Bedeutung für Mädchen. Zusammenfassung der Ergebnisse einer Studienreihe. Televizion, 32(1), 25-28.

Harth, W. Was ist Schönheit?. Hautarzt 68, 950–958 (2017). https://doi.org/10.1007/s00105-017-4051-z

Hoffmann, D. (2023). Mediensoziologische Perspektiven auf digitale Körperbildpraktiken und Subjektivierung. In: Aßmann, S., Ricken, N. (eds) Bildung und Digitalität. Springer VS, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30766-0_4

Kleinjohann, M., Reinecke, V. (2020). Zielgruppe Generation Z: Charakteristika. In: Marketingkommunikation mit der Generation Z.essentials. Springer Gabler, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30822-3_3

Meyer, K. (2020). Die Generation Z als digitalisierungsaffiner Nachwuchs und Zukunftsgestalter. In: Persönlichkeit und Selbststeuerung der Generation Z. essentials. Springer, Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32603-6_2

Paschke, K., Thomasius, R. Digitale Mediennutzung und psychische Gesundheit bei Adoleszenten – eine narrative Übersicht. Bundesgesundheitsbl 67, 456–464 (2024). https://doi.org/10.1007/s00103-024-03848-y

Stein, JP., Weber, S., Hutmacher, F., Appel, M. (2023). Social Media und Wohlbefinden. In: Appel, M., Hutmacher, F., Mengelkamp, C., Stein, JP., Weber, S. (eds) Digital ist besser?! Psychologie der Online- und Mobilkommunikation. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-66608-1_7

Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction. Body image, 26, 90-97.

6 Anhänge

Transskripte der Interviews:

Teilnehmer 1: w, 22,Verkäuferin

(0:06 - 1:56) Wie oft nutzen sie Social Media Plattformen wie Instagram, TikTok, Snapchat und

welche Inhalte ziehen ihre Aufmerksamkeit besonders an?
Ich nutze Social Media jeden Tag für mehrere Stunden, mindestens sieben Stunden am Tag. Meist bin ich auf TikTok unterwegs. Inhalte zu Beauty, Lifestyle und auch Trends interessieren mich.
Nach welchen Kriterien entscheidest du, wem du in den sozialen Medien folgst? Eher Leute, deren Content dich inhaltlich interessiert oder den Personen, die dich optisch ansprechen?
Kommt drauf an. Also ich folge auf jeden Fall Leuten, deren Inhalt mich interessiert, aber auch Leuten, die mich optisch ansprechen. Zum Beispiel solche, die einen coolen Style haben, das zähle ich auch eher zu Optik. Welche Plattformen empfinden Sie als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsdarstellungen geht? Ich würde sagen schon TikTok, weil da sehr viele Sachen gepostet werden und auch viel, viel jüngere Menschen auf der Plattform sind als auf Instagram oder Snapchat, würde ich sagen.

(2:07 - 6:01) Haben Sie das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media ihre Wahrnehmung von Schönheit beeinflussen? Wenn ja, wie?
Ja, ich habe schon das Gefühl, dass die meine Wahrnehmung beeinflussen. Gerade weil auf Social Media auch viel Fake ist. Man kann alles bearbeiten. Mittlerweile kann man ja auch durch gewisse Apps seinen Körper bearbeiten, auch Videos. Das finde ich eigentlich am krassesten, was das angeht. Und es gibt halt auch richtig viele Filter und auch Apps, wo man eigentlich gar nicht sieht, dass es bearbeitet ist. Was ich zum Beispiel ein gutes Beispiel dafür finde, ist Lisa Del Piero, die Fitnessinfluencerin. Sie behauptet, dass an ihrem Körper alles real ist, aber viele sehen das halt anders. Genau aus dem Grund, dass es viele Bearbeitungstools gibt und auch viele behaupten, dass sie ihr Körper quasi operiert hat und nur dadurch zu dem Körper gekommen ist. Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf Social Media beeinflusst? Falls ja, in welchem Ausmaß?
Also bei Make-Up werde ich eigentlich jeden Tag beeinflusst. Ich finde, das könnte man jetzt auch zur Schönheit dazu zählen. Und ja, ich habe mir da schon oft die ein oder andere Sache nachgekauft.
Haben Sie das Gefühl, dass Social Media langfristig Auswirkungen auf ihre psychische Gesundheit hat, insbesondere im Hinblick auf ihr Selbstwertgefühl oder ihr Körperbild?
Ja, ich finde schon, das hat eine Auswirkung. Das merke ich auch, wenn ich bestimmte Inhalte besonders oft in gewissen Zeiträumen konsumiere. So erhält man Denkanstöße, dass man vielleicht doch mal wieder mit Sport anfangen könnte oder man erkennt, dass man vielleicht seinen Körper nicht mehr schön findet und dass man eben was ändern will.
Glauben Sie, dass die Generation Z stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als früher?
Ja, ich glaube, Gen Z ist viel, viel stärker betroffen ,gerade weil da auch die Handynutzung am Tag häufiger ist. Als bei den anderen Generationen Davor, Diese hatten ja in so einem Alter noch gar kein Handy . Die Plattformen wie Instagram und TikTok gibt es ja auch erst seit ca. zehn Jahren. Ja, ich finde, die Apps fördern schon die Schönheitstrends.

Teilnehmer 2: m, 21, Erzieher

(0:02 - 1:06) Wie oft nutzt du Social Media, wie Instagram, TikTok oder Snapchat und welche Inhalte ziehen dich am meisten an? Ich benutze Social Media so gut wie gar nicht und wenn ich es nutze, eine Stunde am Abend. Inhalte, die mich anziehen, sind meist Sachen, die mich interessieren, wie Fußball oder Fitness.
Nach welchen Kriterien entscheidest du, wem du in Social Media folgst? Eher Leuten, deren Content dich inhaltlich interessieren oder den Personen, die dich optisch ansprechen?
Den Leuten, deren Inhalt mich interessiert.
Welche Plattform empfindest du als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsideale gilt?
Instagram und TikTok. Und wieso? Weil man Bilder bearbeiten kann, das dann nicht der Realität entspricht und so viele ein falsches Selbstbild von sich bekommen. (1:08 - 1:31) Hast du das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media deine Wahrnehmung von Schönheit beeinflussen? Wenn ja, wie?
Auf jeden Fall. Man fühlt sich halt einfach nicht wohl in seinem Körper. Man denkt, man ist dünn, obwohl man nicht dünn ist, weil man sich einfach mit Menschen vergleicht, die halt ihre Bilder bearbeiten.

(1:33 - 2:30) Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf Social Media beeinflusst? Falls ja, in welchem Ausmaß? Nein, wurde ich nicht.
Hattest du schon mal das Gefühl, dass Social Media langfristige Auswirkungen auf deine psychische Gesundheit hat?
Insbesondere im Hinblick auf dein Selbstwertgefühl?
Ja, auf jeden Fall. Man macht sich Druck, weil man sich halt mit anderen vergleicht.
Glaubst du, dass Gen Z stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als die frühere Generation? Wenn ja, warum? Ja, glaube ich, weil es bei den früheren Generationen noch nicht so ein großer Punkt war, das Ganze mit Social Media.

Teilnehmer 3: w, 20, Lehramts Studentin

Wie oft nutzt du Social Media Plattformen wie Instagram, TikTok oder Snapchat
Ich benutze Social Media täglich, am meisten Instagram und TikTok, Snapchat benutze ich fast nie, wenn dann höchstens 10 Minuten am Tag.
Welche Inhalte auf diesem Plattformen ziehen dich und deine Aufmerksamkeit besonders an
Besonders interessant sind für mich Tanzvideos (vor allem HipHop und Jazz) sowie Reisevloggs, weil ich selbst vor einem Jahr auf Reisen war und mich deshalb die Erfahrungen anderer Leute zu diesem Thema besonders interessieren. Ich folge aber auch den „typischen“ Influencern die Inhalte zum Thema Fashion und Comedy posten.
Nach welchen Kriterien entscheidest du, wem du in den sozialen Medien folgst, eher Leute deren Content dich inhaltlich interessiert, oder Personen die dich optisch ansprechen
Ich folge grundsätzlich nur den Leuten, deren Inhalt mich auch wirklich interessiert.
Welche Plattformen empfindest du als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsdarstellungen geht
Hierzu finde ich vor allem Instagram problematisch, auch wenn ich es am häufigsten benutze. Trotzdem finde ich, dass es auf dieser Plattform am einfachsten ist unrealistische Werte und „Schönheitsideale“ darzustellen. Bei Snapchat gibt es zwar mehrere Filter, aber man erkennt sofort, dass es Filter sind, weil sie auch als solche gekennzeichnet sind. Bei Instagram ist das nicht immer sofort ersichtlich.
Hast du das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media deine Wahrnehmung von Schönheit beeinflusst, wenn ja wie
Ich würde nicht sagen, dass mich speziell die Inhalte beeinflussen. Ich glaube aber durchaus, dass dies vor allem bei jüngeren Mädchen ein großes Problem ist. Durch die „Schönheitsideale“ welchen Influencer häufig entsprechen und vermarkten, werden vor allem unsichere Menschen stark beeinflusst. Hierbei spielt meiner Meinung nach auch gezielte Werbung eine große Rolle.
Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf social Media beeinflusst und falls ja in welchem Ausmaß
Nein also bewusst wurde ich noch nicht beeinflusst, also ich habe keinen Makeup Trend mitgemacht, oder etwas gekauft was Influencer beworben haben. Natürlich kann es sein, dass Sozial Media mich schon einmal unterbewusst beeinflusst oder meine Entscheidungen gelenkt hat.
Hast du das Gefühl, dass social Media langfristige Auswirkungen auf deine psychische Gesundheit hat, insbesondere im Hinblick auf dein Selbstwertgefühl oder dein Körperbild
Nein, definitiv nicht.
Glaubst du, dass die GenZ stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als frühere Generationen
Ja das glaube ich definitiv, denn die Generation Z ist mit Social Media groß geworden. Schon Kinder in frühem Alter kennen sich mit Snapchat und den anderen Plattformen sehr gut aus. Somit sind Kinder in immer jüngeren Jahren auf diesen Plattformen unterwegs und nehmen diese Bilder an, ohne über die Konsequenzen zu wissen. Ich denke, dass sich ältere Generationen davon besser abgrenzen können, denn diese Plattformen kamen erst im Laufe des späteren Lebens dazu, während diese schon Erfahrung

gesammelt haben worauf es wirklich ankommt und hier auch besser gebildet sind.

Teilnehmer 4: w, 22, Kriminalpsychologie Studentin

Wie oft nutzt du Social Media Plattformen wie Instagram, TikTok oder Snapchat
Ich muss sagen täglich, vor allem Instagram. Ich habe kein TikTok, weil ich es unnötig finde, und Snapchat benutze ich vielleicht einmal in der Woche.
Welche Inhalte auf diesem Plattformen ziehen dich und deine Aufmerksamkeit besonders an
Das ist eigentlich immer unterschiedlich, manchmal witziger Content manchmal auch so ernste Sachen über das Leben oder auch Familien Content oder so. Tatsächlich eher seltener so Styling und Fashion Sachen. Sport Content ist bei mir auch sehr häufig auf meiner Für Dich Seite, da ich selbst auch viel Sport mache.
Nach welchen Kriterien entscheidest du, wem du in den sozialen Medien folgst, eher Leute deren Content dich inhaltlich interessiert, oder Personen die dich optisch ansprechen
Also ich entscheide eher nach dem Content wem ich folge, beziehungsweise eigentlich folge ich auch nur Leuten, die ich so kenne oder weitläufig persönlich kenne. Die paar Influencer denen ich folge, kann ich an einer Hand abzählen.
Welche Plattformen empfindest du als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsdarstellungen geht
Ich würde sagen, dass Instagram schon auch problematische Seiten hat, gerade bei der Darstellung von Schönheit. Jeder postet nur dass was er zeigen will und nicht die Sachen, die auch der Realität entsprechen. Viele Influencer würden nie eine Story posten die sie vorher nicht 10-mal gedreht oder bearbeitet haben.
Hast du das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media deine Wahrnehmung von Schönheit beeinflusst, wenn ja wie
Unterbewusst kann es bestimmt sein, dass es mich irgendwann mal beeinflusst hat, aber wenn ich jetzt so nachdenke, erinnere ich mich an keinen genauen Zeitpunkt.
Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf social Media beeinflusst und falls ja in welchem Ausmaß
Vielleicht habe ich mir mal eine ähnliche Hose gekauft zu der, die gerade im Trend war, aber wenn ,dann nicht mit Absicht und schon gar nicht von einer Influencer Marke.
Hast du das Gefühl, dass social Media langfristige Auswirkungen auf deine psychische Gesundheit hat, insbesondere im Hinblick auf dein Selbstwertgefühl oder dein Körperbild
Ja ich finde, dass es sehr problematisch ist.Ich glaube bei mir persönlich wird das jetzt nicht so viele langfristige Auswirkungen auf meine psychische Gesundheit haben. Ich kann mir aber vorstellen, dass vor allem jüngere oder Menschen, die mit sich selbst nicht zufrieden oder unsicher sind, davon betroffen sein können. Das finde ich sehr besorgniserregend
Glaubst du, dass die GenZ stärker von unrealistischen schönheitsidealen betroffen ist als frühere Generationen
Ich glaube schon dass wir, also die gen z, stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen sind ,dadurch dass es heutzutage viele Plattformen gibt wo Filter genutzt werden.

Teilnehmer 5: w,19, Studentin

Wie oft nutzen sie Social Media-Plattformen wie Instagram, Tiktok oder Snapchat, und welche
Inhalte ziehen Ihre Aufmerksamkeit besonders an?
Ich benutze Social Media wie Snapchat, Instagram oder Tiktok relativ häufig am Tag. Wenn ich auf
Social Media unterwegs bin, bin Ich besonders an Memes, Beauty Content und prominenten
Persönlichkeiten interessiert.
Welche Plattformen empfinden Sie als besonders problematisch, wenn es um unrealistische
Schönheitsdarstellung geht?
Tiktok, Instagram und Snapchat aufgrund der vielen Schönheitsfilter und Bearbeitungsmodulen. Tiktok und Snapchat sind meiner Meinung nach etwas harmloser als Instagram, da es dort meist nur Tänze oder Videos sind. Auf Instagram ist das Ausmaß meiner Meinung nach dramatischer, da es dort hauptsächlich gestellte und bearbeitet Bilder sind,

hinter denen meist ein ganzes Produktionsteam steckt und nicht "nur die Person, die das Selfie geschossen hat".
Haben sie das Gefühl, dass Inhalte auf Social Media Ihre Wahrnehmung von Schönheit beeinflusst? Wenn ja, wie?
Die optisch perfekten Körper oder die perfekten Gesichtszüge beeinflussen meine Wahrnehmung von Schönheit teilweise schon, da wirklich jede Frau in den Sozialen Medien idealisiert dargestellt ist. (Eben durch Filter oder auch Schönheitsoperationen, die aber teilweise ziemlich naturell wirken)
Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf Social Media beeinflusst, falls ja in
welchem Ausmaß?
Ja, ich wurde in der Vergangenheit auch schon das ein oder andere Mal von Schönheitstrends
beeinflusst. Besonders von Mode oder Beauty Trends. Bei einem Modetrend ging es schonmal so weit, dass ich mir Schuhe bestellt hab, weil sie aktuell auf Sozial Media sehr im Trend waren und als sie bei mir Zuhause angekommen sind, hab ich sie nicht einmal getragen, da sie gar nicht zu mir und meinem persönlichen Style gepasst haben und ich beim Kauf, einfach nur von dem Hype um das Produkt geblendet war.
Haben sie das Gefühl, dass Social Media langfristig Auswirkungen auf ihre psychische Gesundheit
hat, insbesondere im Hinblick auf ihr Selbstwertgefühl oder ihr Körperbild?
Auf jeden Fall hat das tägliche Nutzen von Social Media Einfluss auf meine psychische Gesundheit, da alles im Netz so perfekt dargestellt wird, was teilweise dazu führt, dass das Selbstwertgefühl sinkt.
Glauben sie, dass GenZ stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als frühere
Generationen? Falls ja, Warum?
Gen Z ist meiner Meinung nach viel stärker von diesen Schönheitsidealen betroffen, da wir uns jeden Tag durch das Scrollen auf Social Media damit befassen, wenn auch nur unbewusst.

Teilnehmer 6: w, 22, Medien und Kommunikation Studentin

(0:00 - 1:01) Wie oft nutzt du Social-Media-Plattformen wie Instagram, TikTok oder Snapchat? Und welche Inhalte ziehen deine Aufmerksamkeit besonders an? Also ich nutze Social-Media Plattformen täglich, am meisten TikTok und Instagram. Welche Inhalte mich am meisten interessieren wären Fashion- und Beauty-Inhalte und Lifestyle-Inhalte. Nach welchen Kriterien entscheidest du, wem du in den Social-Medien folgst, eher Leuten, deren Content dich inhaltlich interessieren oder den Personen, die dich optisch ansprechen? Also ich finde, da fließen beide Kriterien mit ein. (1:02 - 2:18) Ich würde sagen, Leute, die mich inspirieren. Das können auch attraktive Personen sein, aber die müssen auf jeden Fall noch etwas Ansprechendes haben, was auf den Inhalt deutet. Welche Plattformen empfindest du als besonders problematisch, wenn es um unrealistische Schönheitsdarstellungen geht? Ich würde sagen, Instagram auf Platz Nummer 1 und dann TikTok, weil ich finde, dass es sehr normalisiert ist, jetzt Schönheitseingriffe zu machen und dass ich auch eigentlich nur Leuten folge, die schon was haben machen lassen und das animiert dann jemanden auch dazu, dass er das vielleicht auch selbst macht. (2:21 - 3:20) Hast du das Gefühl, dass die Inhalte auf Social Media deine Wahrnehmung von Schönheit beeinflussen? Wenn ja, wie? Ja, da man perfekte Gesichter auf Instagram und TikTok sieht und vieles auch bearbeitet ist, aber man auch weiß, dass diese Personen auch Schönheitseingriffen machen lassen haben. Genau deswegen denkt man sich dann schon, vielleicht könnte ich das auch mal machen, um besser auszusehen. Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf Social Media beeinflusst? Wenn ja, in welchem Ausmaß? Ja, und zwar habe ich auf TikTok mal gesehen, dass die Lippen größer werden sollen durch eine Wärmesalbe. (3:21 - 4:16) Das habe ich dann auch ausprobiert. Es hat sehr gebrannt und ich glaube, es war auch nicht so gesund, weil es nicht in die Schleimhäute kommen sollte, aber es wurde auf TikTok nicht wirklich diskutiert. Hast du das Gefühl, dass Social Media langfristige Auswirkungen auf deine psychische Gesundheit hat? Insbesondere im Hinblick

auf dein Selbstwertgefühl und dein Körperbild? Ja, auf jeden Fall, aber nicht wirklich durch das Vergleichen mit anderen, sondern eher dadurch, dass man süchtig nach diesen Inhalten wird und man auch manchmal Glücksgefühle hat, wenn man irgendwelche schönen Sachen sieht, zum Beispiel schöne Reisen oder schöner Lifestyle. (4:19 - 4:53) Das führt dazu, dass man praktisch am Screen klebt. Im Hinblick auf das Körperbild, wäre meine Überlegung zum Beispiel, dass ich mir die Lippen machen lassen würde. Aber wenn ich noch anfälliger dafür wäre, würde ich mir alle möglichen Schönheits-OPs anschauen. (4:57 - 5:38) Glaubst du, dass Gen Z stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als die früheren Generationen? Ja, denn wir kleben nämlich alle an unseren Handys und verbringen da auch sehr viel Zeit daran. Das virtuelle Leben wird sozusagen schon fast unsere Realität, wohingegen die Millennials vielleicht diese Zeit nicht so krass hatten, also gerade in den 90ern,wo man dann Schönheitsideale nur in den Werbungen gesehen hat. (5:39 - 5:49) Aber wenn du es so jeden Tag siehst, ununterbrochen, dann finde ich schon, dass das bestimmt eine krasse Auswirkung auf unsere Sichtweise hat.

Teilnehmer 7: m,20, Industriekaufmann

Wie oft nutzen sie Social Media-Plattformen wie Instagram, Tiktok oder Snapchat, und welche
Inhalte ziehen Ihre Aufmerksamkeit besonders an?
Ich nutze Social Media täglich, oftmals auch mehrere Stunden. Besonders interessieren mich Inhalte wie Fitness, Motivation, lustige Memes, sowie Videos zu meinen Hobbys wie Gaming oder Sport. Manchmal ziehen auch moderne Videos einer KI meine Aufmerksamkeit auf sich, da es mich jedes Mal zum Staunen bringt, wie gut sich solche KI´s über die letzten paar Jahre weiterentwickelt haben.
Welche Plattformen empfinden Sie als besonders problematisch, wenn es um unrealistische
Schönheitsdarstellung geht?
Meiner Meinung nach ist die Plattform Instagram am problematischsten, wenn es um das Thema
Schönheitsdarstellung geht, da es auf dieser Plattform hauptsächlich um das Hochladen von
Bildern geht und die in den Meisten Fällen extrem gestellt und bearbeitet sind, was auf den ersten Blick meist nicht den Anschein macht.
Haben sie das Gefühl, dass Inhalte auf Social Media Ihre Wahrnehmung von Schönheit beeinflusst?
Wenn ja, wie?
Ja, auf jeden Fall. Man vergleicht sich unbewusst mit den perfekt inszenierten Bildern. Manchmal denkt man, man müsste genau so aussehen oder so erfolgreich sein, obwohl man weiß, dass vieles bearbeitet oder nicht real ist.
Wurdest du schon einmal durch einen Schönheitstrend auf Social Media beeinflusst, falls ja in
welchem Ausmaß?
Ja, ich habe mich zum Beispiel von Fitness-Trends beeinflussen lassen. Ich habe angefangen, intensiver zu trainieren, weil ich dachte, ich müsste ein Sixpack haben, um „attraktiv genug“ zu sein. Das hat auch mein Selbstwertgefühl zeitweise belastet, wenn ich das Gefühl hatte, nicht gut genug auszusehen.
Haben sie das Gefühl, dass Social Media langfristig Auswirkungen auf ihre psychische Gesundheit
hat, insbesondere im Hinblick auf ihr Selbstwergefühl oder ihr Körperbild?
Ja, ich denke schon. Durch den ständigen Vergleich mit anderen fühlt man sich oft nicht gut genug. Das kann das Selbstwertgefühl schwächen, vor allem, wenn man sich zu sehr auf Likes und Follower-Zahlen konzentriert. Allerdings hilft es auch, sich bewusst zu machen, dass vieles nicht echt ist.
Glauben sie, dass GenZ stärker von unrealistischen Schönheitsidealen betroffen ist als frühere
Generationen? Falls ja, Warum?
Ja, ich glaube, unsere Generation ist stärker betroffen, weil Social Media ständig präsent ist und uns täglich solche Ideale zeigt. Die permanente Verfügbarkeit und der Druck, selbst „perfekt“ zu wirken, sind größer als bei früheren Generationen, die weniger mit sozialen Medien aufgewachsen sind.