Kooperationspartnerin

swisscom

zh aw

J MES focus

Soziale Netzwerke und Schönheitsideale

Jael Bernath, MSc
Laura Baumann, MA
Svenja Deda-Bröchin, BSc
Isabel Willemse, MSc
Gregor Waller, MSc

Fachgruppe Medienpsychologie, 2025

Web
www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus
www.swisscom.ch/JAMES/

Impressum

Herausgeber
ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Angewandte Psychologie
Pfingstweidstrasse 96
Postfach, CH-8037 Zürich
Telefon +41 58 934 83 10
info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie

Projektleitung
Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller MSc

Autorinnen und Autoren
Jael Bernath, MSc
Laura Baumann, MA
Svenja Deda-Bröchin, BSc
Isabel Willemse, MSc
Gregor Waller, MSc

Kooperationspartner
Swisscom AG
Michael In Albon und Noëlle Schläfli

Partner in der französischen Schweiz
Dr. Patrick Amey, Dr. Sébastien Salerno, Melina Humberset und Leila Cavarero
Université de Genève
Medialab
Département de sociologie

Partner in der italienischen Schweiz
Dr. Eleonora Benecchi, Petra Mazzoni und Deborah Barcella
Università della Svizzera italiana
Facoltà di comunicazione, cultura e società

Partner in Deutschland
Thomas Rathgeb
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Zitationshinweis
Bernath, J., Baumann, L., Deda-Bröchin, S., Willemse, I. & Waller, G. (2025). *JAMESfocus – Soziale Netzwerke und Schönheitsideale.* Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

© ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften – Departement Angewandte Psychologie

Inhalt

Vorwort und Dank **1**

1 Einleitung **2**

2 Ausgangslage und theoretischer Hintergrund **2**

2.1 Das Körperbild und gesellschaftliche Schönheitsideale 2

2.2 Nutzung von sozialen Netzwerken und Körperbild im Jugendalter 3

2.3 Fragestellungen 5

3 Methoden **6**

3.1 Fragebogen und Skalen 6

3.2 Datenauswertungen 7

4 Ergebnisse **8**

4.1 Fragestellungen A bis C: Unterschiede in Bezug auf die Internalisierung, den wahrgenommenen Druck und die eingeschätzte Bedeutsamkeit von Schönheitsidealen 8

4.2 Fragestellung D: Zusammenhang von Internalisierung, wahrgenommenem Druck und eingeschätzter Bedeutsamkeit vorherrschender Schönheitsideale mit dem Selbstwert 10

5 Zusammenfassung und Diskussion **12**

6 Tipps für Eltern und Schulen … **15**

7 Literatur **16**

Abkürzungsverzeichnis

AV	Abhängige Variable
JAMES	Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz (Studie über den Medienumgang von 12 bis 19 Jahre alten Jugendlichen in der Schweiz)
JIM	Jugend, Information, (Multi-)Media (Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland)
mpfs	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
N	Anzahl Personen (meist Anzahl Jugendliche)
SATAQ-G	Deutsche Version des Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire
SoS	Sozioökonomischer Status
UV	Unabhängige Variable
ZHAW	Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Vorwort und Dank

Seit 2010 werden im Rahmen der JAMES-Studie im Zweijahresrhythmus jeweils über 1000 Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren zu ihrer Freizeitgestaltung und ihrem Mediengebrauch befragt. Die repräsentativen Befunde aus den drei grossen Sprachregionen der Schweiz bilden eine zentrale Grundlage für Schule und Bildung, Präventionsarbeit, Gesundheitsförderung, Eltern- und Jugendarbeit sowie für politische Entscheide. 2024 wurde die JAMES-Studie bereits zum achten Mal durchgeführt und sie hat sich inzwischen als Referenzstudie zum Thema Jugend und Medien in der Schweiz etabliert. Im Jahr 2025 wurden auf Basis vertiefter Auswertungen der Erhebung 2024 drei ausgewählte Themenbereiche genauer untersucht:

Der vorliegende Bericht fokussiert auf **Schönheitsideale bei Jugendlichen** im Kontext ihrer Mediennutzung. Es wird aufgezeigt, inwiefern soziale Netzwerke Jugendliche unter Druck setzen, bestimmten Schönheitsidealen zu entsprechen. Wir werfen zudem einen Blick auf die gesellschaftliche Bedeutung von Schönheitsidealen für Jugendliche; ebenso erörtern wir, wie stark solche Ideale bei den Jugendlichen verinnerlicht sind. Auch gehen wir der Frage nach, ob sich Schönheitsideale hinsichtlich Geschlecht, Alter, sozioökonomischem Status, Herkunft oder Landesteil unterscheiden. Zum Schluss untersuchen wir, wie verschiedene Aspekte der Wahrnehmung von Schönheitsidealen mit dem Selbstwert der Jugendlichen zusammenhängen. Dabei berücksichtigen wir soziodemografische Merkmale als Kontrollgrössen.

Im Mai 2025 erschien unser Bericht zur Rolle von **künstlicher Intelligenz (KI) im Alltag Jugendlicher.** Im Fokus standen dabei sowohl die unterschiedlichen Formen der KI-Nutzung als auch die Einstellungen der Jugendlichen gegenüber KI. Wir untersuchten, ob ihre Haltung eher von positiven Zukunftserwartungen geprägt ist oder ob sie auch von Sorgen begleitet wird. Dabei betrachteten wir, wie sich die Einstellungen je nach soziodemografischen Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Landesteil oder Wohnort unterscheiden. Zudem analysierten wir im Bericht, inwiefern die Haltung gegenüber KI mit medialen und nichtmedialen Freizeitaktivitäten in Verbindung steht. Ebenso lieferten wir eine Übersicht über KI-Tools, die im Befragungsjahr 2024 besonders im Vordergrund standen.

Im Juni 2025 erschien unser Bericht zu den **Gründen für die Nutzung von sozialen Netzwerken.** Darin wurde aufgezeigt, welche Motive – insbesondere Unterhaltung, Informationssuche und Selbstdarstellung – hinter der Nutzung von Plattformen wie Instagram, TikTok, BeReal oder Pinterest stehen. Ausserdem wurde beschrieben, wie sich diese Nutzungsmotive je nach Geschlecht, Alter, sozioökonomischem Status und Sprachregion unterscheiden und wie sie mit Erfahrungen als Betroffene oder Ausübende von Cybermobbing zusammenhängen.

Unser besonderer Dank gilt Michael In Albon und Noëlle Schläfli von Swisscom. Die Zusammenarbeit mit euch erleben wir seit vielen Jahren als sehr konstruktiv, vertrauensvoll und wertschätzend. Wir bedanken uns herzlich für die langjährige Kooperation und dafür, dass ihr unsere wissenschaftliche Unabhängigkeit stets respektiert und wahrt.

Ein besonderer Dank gilt auch Claudia Marolf für das sprachliche Redigieren des Berichts.

Ebenfalls bedanken möchten wir uns bei Petra Mazzoni, Deborah Barcella und Patrick Amey für das sorgfältige Korrekturlesen der italienischen und französischen Ausgabe dieses Berichts.

Zürich, im Dezember 2025
Fachgruppe Medienpsychologie der ZHAW

1 Einleitung

Die Nutzung sozialer Netzwerke ist unter Jugendlichen weit verbreitet und in den letzten 15 Jahren stark angestiegen: In der aktuellen JAMES-Studie aus dem Jahr 2024 geben 94 % der Jugendlichen an, mindestens eines oder mehrere soziale Netzwerke zu nutzen, und neun von zehn tun dies mehrmals pro Woche oder sogar täglich (Külling-Knecht et al., 2024). Das Interesse an den Auswirkungen der Nutzung sozialer Netzwerke auf Jugendliche, insbesondere auf deren psychische Gesundheit, ist deshalb gross. In der Forschung wurden diesbezüglich unterschiedliche Faktoren untersucht und positive sowie negative Effekte berichtet (Agyapong-Opoku et al., 2025; Sala et al., 2024). Gemäss einer aktuellen Meta-Analyse von Ferguson et al. (2025) sind die gefundenen Effekte allerdings sehr gering. In Anbetracht dieser wenig einheitlichen Forschungslage scheint es sinnvoll, einzelne Aspekte des Zusammenhangs zwischen sozialer Mediennutzung und psychischer Gesundheit von Jugendlichen fokussiert zu beleuchten.

Ein solcher Aspekt besteht im Körperbild von Jugendlichen, das eng verbunden ist mit dem Grad der Internalisierung gesellschaftlicher Schönheitsdeale. Eine Deutschschweizer Studie aus dem Jahr 2015 mit Jugendlichen fand einen Zusammenhang zwischen einem gesundem Körperbild und höherer psychischer Gesundheit und Wohlbefinden (Schär & Weber, 2015). Gesamtschweizerische Daten zum Zusammenhang von Körperbild und idealisierten Schönheitsidealen bei Jugendlichen im Zusammenhang mit der Nutzung sozialer Netzwerke existieren noch nicht. Ob und wie das Körperbild von Jugendlichen und die verinnerlichten geschlechterstereotypen Schönheitsideale mit der Mediennutzung zusammenhängen, bildet deshalb den Forschungsgegenstand des vorliegenden JAMESfocus-Berichts. Des Weiteren soll untersucht werden, wie das Körperbild und die internalisierten Schönheitsideale mit der grundlegenden Einstellung gegenüber der eigenen Person bzw. dem Selbstwertgefühl der Jugendlichen zusammenhängt. Die Ergebnisse basieren auf einer gesamtschweizerischen, repräsentativen Datenerhebung unter Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren.

2 Ausgangslage und theoretischer Hintergrund

2.1 Das Körperbild und gesellschaftliche Schönheitsideale

Das Körperbild kann definiert werden als «die Wahrnehmungen, Gedanken und Gefühle einer Person über ihren Körper» (Grogan, 2021) und stellt einen Bestandteil des Selbstbildes dar, der auch das Verhalten gegenüber dem eigenen Körper beeinflusst (Ricciardelli & Yager, 2015; Stronski, 2018). Der Aufbau eines positiven Selbstbildes, welches das Körperbild als wesentlichen Aspekt beinhaltet, sieht Erikson (1950) als Teil der Identitätsbildung, die eine zentrale Entwicklungsaufgabe des Jugendalters darstellt. Auch Havighurst (1948) definiert die Ausbildung von Akzeptanz der eigenen Person und der eigenen körperlichen Erscheinung gegenüber als Entwicklungsaufgabe des Jugendalters. Die Jugendlichen sehen sich demnach aufgrund ihres sich verändernden Körpers während der Pubertät mit der Herausforderung konfrontiert, diesen zu akzeptieren und einen gesunden Umgang damit zu finden. Gelingt dies nicht, kann sich ein negatives Körperbild entwickeln, das oft mit einem negativen Selbstbild, Selbstunsicherheit, Schamgefühlen, Vermeidung von Sexualität, Essstörungen, dem Wunsch nach Schönheitseingriffen und weiteren Problemen einhergeht (Thompson et al., 1999) und so auch einen Einfluss auf den Selbstwert einer Person hat. Gemäss der Definition von Avalos et al. (2005) ist hingegen ein gesundes Körperbild durch eine positive Einstellung gegenüber dem eigenen Körper gekennzeichnet: Der eigene Körper wird unabhängig von seinem «tatsächlichen physischen Erscheinungsbild» akzeptiert, Körperbedürfnisse und -gesundheit werden respektiert und gefördert und unrealistische Schönheitsideale abgelehnt.
In der Definition von Avalos et al. (2005) zeigt sich eine Wechselwirkung zwischen der individuellen Körpereinschätzung und gesellschaftlichen Idealen. Diese Betrachtung prägte Schilder bereits in der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts (Schilder, 1950). Er argumentierte, dass das Körperbild nicht nur der Selbstwahrnehmung entspringe (perzeptuelles Körperbild), sondern auch von einer Reflexion über

Einstellungen und Interaktionen mit anderen geprägt sei (attitudinales Körperbild)[1]. In der Tradition Schilders konzeptualisieren die soziokulturellen Theorien des Körperbildes gesellschaftliche Schönheitsideale, die von Individuen internalisiert werden und zu Körperunzufriedenheit führen können (Grogan, 2021). Eines der heute bekanntesten Modelle dieser Theorie bildet das **Tripartite Influence Model,** das die Familie, Gleichaltrige (Peers) und die Medien als Hauptfaktoren in der Übertragung von Körper- bzw. Schönheitsidealen definiert (Thompson et al., 1999). Das Modell nimmt an, dass für Frauen Schlankheit und für Männer ein muskulöser Körper als Ideale in der Gesellschaft vorherrschen. Diese für die meisten unerreichbaren Ideale werden über die Familie, Partnerinnen und Partner, über Freunde und Gleichaltrige sowie über die Medien vermittelt und verinnerlicht. Gemäss Modell verleiten sie so zum Vergleich und zur Bewertung des eigenen Körpers und können in der Folge Körperunzufriedenheit nach sich ziehen.

Aktuelle empirische Studien fanden Hinweise für die Hypothesen des Tripartite Influence Models für Frauen (Hazzard et al., 2019) und für Männer (Schaefer et al., 2021). Und auch im Kinder- und Jugendalter findet das Modell empirische Entsprechung: Wenngleich Körperunzufriedenheit in jedem Alter und insbesondere bei Frauen weit verbreitet ist (Neumark-Sztainer et al., 2018), steht sie mit den körperlichen Veränderungen im Jugendalter in einem besonderen Spannungsverhältnis (Stronski, 2018). Schär und Weber (2015) fanden in ihrer Studie mit Deutschschweizer Jugendlichen, dass 60 % der Mädchen gerne schlanker wären und dafür auch bereits etwas unternommen, etwa eine Diät gemacht haben. Aber auch Jungen sind von Schönheitsidealen betroffen: 77 % der Knaben gaben an, dass sie gerne muskulöser wären, und fast die Hälfte (54 %) tut auch etwas dafür. Studien haben zudem gezeigt, dass Schlankheitsideale bereits sehr früh verinnerlicht werden (White et al, 2011; Thompson and Stice, 2001): bereits im Alter von 5 bis 7 Jahren beginnen Mädchen, ihren Körper zu evaluieren, und zeigen erste Anzeichen von Körperunzufriedenheit (Perez et al., 2018). Die internalisierten Schlankheitsideale befördern in erster Linie bei weiblichen Jugendlichen das Risiko, an einer Essstörung zu erkranken, ungesundes Gewichtskontrollverhalten zu entwickeln, senken das Selbstwertgefühl, die Stimmung und die schulischen Leistungen (Stice et al., 2011).

Schönheitsideale entwickeln sich über die Zeit: Nahmen in den 1980er und 1990er Jahren Schlanksein *(thin-ideal)* für Frauen als Schönheitsideal überhand (Sypeck et al., 2004), hat sich in jüngerer Zeit ein schlank-muskulöser Körper *(thin-muscular ideal)* als neues Schönheitsziel herausgebildet (Bozsik et al., 2018; Roberts et al., 2022). Ein weiterer aktueller Schönheitstrend liegt im sogenannten Slim-Thick-Ideal für Frauen, das üppige Rundungen an bestimmten Körperstellen voraussetzt und gemäss Studien zu mehr Körperunzufriedenheit führt als das Schlankheitsideal (McComb & Mills, 2022). Eine aktuelle Studie aus den USA zeigt, dass mit dem Schlankheitsideal zusammenhängende Körperunzufriedenheit für Frauen und Mädchen leicht abgenommen hat, wohingegen sich für Knaben und Männer ein gleichbleibend hoher Zusammenhang zwischen Körperunzufriedenheit und einem Wunsch nach einem muskulöseren Körper zeigt (Karazsia et al., 2017).

2.2 Nutzung von sozialen Netzwerken und Körperbild im Jugendalter

Es scheint empirisch erhärtet, dass soziale Faktoren Schönheitsideale vermitteln und so das Körperbild von Jugendlichen beeinflussen: Das Körperbild scheint neben dem Einfluss der Familie und der Peers massgeblich von den klassischen Massenmedien beeinflusst zu sein (Tiggemann, 2011). Insbesondere digitalen Medien wird nachgesagt, sie verbreiteten unrealistische Schönheitsideale aufgrund von stark bearbeitetem Bildmaterial (Huang et al., 2021). Dieser Abschnitt bietet einen Überblick, wie die Nutzung sozialer Netzwerke bei Jugendlichen mit Körperbild und Selbstwert zusammenhängt.

[1] Beim perzeptuellen Körperbild geht es darum, wie genau und realitätsgetreu eine Person ihren Körper wahrnimmt, etwa die Körpergrösse. Das attitudinale Körperbild beinhaltet die globale subjektive Zufriedenheit (Bewertung des Körpers), den Affekt (Gefühle gegenüber dem eigenen Körper), die Kognitionen (Überzeugungen über den Körper) und Verhaltensweisen, darunter das Kaschieren ungeliebter Körperpartien.

Die empirische Forschung legt unter spezifischen Umständen eine Verbindung zwischen der Nutzung von sozialen Netzwerken und der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körperbild oder auch problematischem Essverhalten und Essstörungen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen nahe (Agyapong-Opoku et al., 2025). Insofern Zusammenhänge in verschiedene Altersgruppen wiederzufinden sind (Mingoia et al., 2017; Saiphoo & Vahedi, 2019; Thompson & Harriger, 2023), scheinen Jugendliche besonders vom Einfluss idealisierter Bilder auf sozialen Netzwerken betroffen zu sein (Rodgers & Rousseau, 2022). Gemäss dem Tripartite Influence Model können soziale Netzwerke einerseits den Einfluss von Gleichaltrigen auf das Schönheitsideal transportieren und andererseits als zusätzlicher medialer Einfluss fungieren. Ein weiterer möglicher Wirkmechanismus wird darin gesehen, dass soziale Netzwerke womöglich ein vergleichendes, kompetitives Denken erhöhen, das körperbezogene Sorgen verstärken kann (Course-Choi & Hammond, 2021). Effekte der Nutzung sozialer Netzwerke auf die Körperunzufriedenheit von Jugendlichen und jungen Erwachsenen wurden insbesondere bei intensiver Nutzung bildorientierter Plattformen gefunden (Schønning et al., 2020; Vandenbosch et al., 2022). Dabei fördern auf sozialen Netzwerken vor allem drei Dinge die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper: obsessives Bearbeiten von Bildern («Photoshopping»), das Verwischen von Grenzen zwischen real und virtuell und der starke Fokus auf ein attraktives Aussehen (Ryding & Kuss, 2020; Sharma & Vidal, 2023; Suhag & Rauniyar, 2024; Vandenbosch et al., 2022; Vincente-Benito & Ramirez-Duran, 2023). Ebenso zeigten sich verstärkende Effekte auf Körperunzufriedenheit und dysfunktionales Essverhalten bei Inhalten, die ein dünnes Schönheitsideal *(thin-ideal imagery),* einen perfekten Körper *(perfect body posts)* oder Fitnessideale durch sogenannte *fitspiration* verbreiten (Cataldo et al., 2021; A. Chung et al., 2021; Memon et al., 2018; Popat & Tarrant, 2023). Hinsichtlich des Einflusses von bildbasierten sozialen Netzwerken erwarten Forscher, dass Instagram, das primär zum Posten und Teilen von Bildern benutzt wird, für das Schönheitsbewusstsein von Frauen möglicherweise schädlicher ist als andere soziale Medienplattformen, die vielfältigere Inhalte enthalten (Fardouly et al., 2018; Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016). Eine aktuelle Metadaten-Studie ergab, dass Teenager, die häufig ein schlechtes Körpergefühl haben, auf Instagram dreimal mehr Inhalte im Zusammenhang mit Essstörungen anschauten als die übrigen Jugendlichen (Horwitz, 2025). Damit einhergehend kann auch ein negativer Zusammenhang zwischen bildbasierten sozialen Netzwerken, insbesondere Instagram, und einem schlechten Selbstwertgefühl erwartet werden.

Mehrere Autoren und Autorinnen postulierten zudem einen Einfluss des Nutzungsverhaltens (aktiv vs. passiv), wobei die aktive Nutzung sozialer Netzwerke mit mehr Wohlbefinden (Bottaro & Faraci, 2022) und die passive Nutzung mit grösserer Körperunzufriedenheit (Course-Choi & Hammond, 2021; McCrory et al., 2022; Ryding & Kuss, 2020) einherzugehen scheinen. Einen Zusammenhang mit der Selbstobjektivierung, die mit einem negativen Körperbild in Verbindung steht, hat sich in Studien zum Betrachten von Bildern auf sozialen Netzwerken (Mingoia et al., 2017) sowie dem Erstellen (Salomon & Brown, 2021) und Bearbeiten eigener Selfies (Tiggemann et al., 2020; Wang et al., 2021) ebenfalls gezeigt.

Es ist zu erwähnen, dass ein Grossteil der Studien auf Mädchen und junge Frauen fokussiert und erst neuere Forschung auch mediale Effekte auf das Körperbild von Jungen untersucht. Auch bei Jungen existiert ein Zusammenhang zwischen der Nutzung von sozialen Netzwerken und höherer Körperunzufriedenheit (Jarman et al., 2021; Rodgers et al., 2020), wobei sie sich im Gegensatz zu den Mädchen nicht am *thin-ideal* orientieren, sondern an der *fitspiration,* also am muskulösen und sportlichen Schönheitsideal (Sharma & Vidal, 2023). Als Gegenbewegung zur Betonung von Schönheitsidealen sieht sich die Bodypositivity-Bewegung. Sie feiert Diversität und betont die Schönheit aller Körperformen (Cohen et al., 2019). Einzelne Studien haben gezeigt, dass das Betrachten von Bodypositivity-Inhalten zu einer höheren Körperzufriedenheit führt (Fioravanti et al., 2023; Stevens & Griffiths, 2020), wobei solche Inhalte im Vergleich zu Bildmaterial ohne Menschen auch zu mehr Selbstobjektivierung beitragen können (Cohen et al., 2019).
Die Verknüpfung des eigenen Aussehens mit dem Selbstwert und dem eigenen Attraktivitätserleben von Jugendlichen wurde als negative Komponente der Nutzung sozialer Netzwerke genannt (Rodgers & Rousseau, 2022). Eine Studie mit Jugendlichen zwischen 11 und 19 Jahren fand hingegen, dass eine angemessene Nutzung sozialer Netzwerke das Selbstwertgefühl steigert, weil sie den Aufbau und die

Pflege von Beziehungen erleichtert und soziale Unterstützung sowie das Zugehörigkeitsgefühl verstärken (Shankleman et al., 2021). Der Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Netzwerke, dem Körperbild und dem Selbstwert ist demnach nicht eingehend geklärt. Zudem bleibt zu betonen, dass soziale Netzwerke nur einer von vielen gesellschaftlichen Einflüssen auf das Körperbild von Jugendlichen sind. Statistisch gesehen erleben Kinder und Jugendliche zum Beispiel sogenanntes Body Shaming am wahrscheinlichsten innerhalb der Familie (Lessard et al., 2021) und in ihrer Peergroup, wobei Mädchen mehr davon betroffen sind als Knaben (Szwimer et al., 2020). Es ist anzunehmen, dass dies auch für weniger zugespitzte Erfahrungen der Vermittlung von Schönheitsidealen gilt.
Zusammenfassend lässt sich festhalten: Häufige, intensive und passive Nutzung sozialer Netzwerke könnte bei Jugendlichen das Körperbild, die Internalisierung von Schönheitsidealen und den Selbstwert beeinflussen. Wie stark dieser Zusammenhang ist, ist durch weitere Forschung zu klären.

2.3 Fragestellungen

Im vorliegenden Abschnitt soll geklärt werden, inwiefern Jugendliche in der Schweiz vorherrschende Schönheitsideale verinnerlicht (dünn sein, muskulös sein) haben und wie stark sie sich von Inhalten auf sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt fühlen. Ebenso wird untersucht, wie Jugendliche die gesellschaftliche Bedeutung von Schönheitsidealen einschätzen. Als Letztes werden Verinnerlichung von Schönheitsidealen, wahrgenommener Druck durch soziale Netzwerke und gesellschaftliche zugeschriebene Bedeutung mit dem Selbstwert der Jugendlichen in Zusammenhang gesetzt.

Fragestellung A:
Wie stark haben Jugendliche (medial) vorherrschende Schönheitsideale verinnerlicht und welche Unterschiede zeigen sich aufgrund soziodemografischer Merkmale? (Internalisation)

Fragestellung B:
Wie stark fühlen sich Jugendliche durch Inhalte auf sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt, vorherrschende Schönheitsideale zu erfüllen, und welche Unterschiede zeigen sich aufgrund soziodemografischer Merkmale? (Druck)

Fragestellung C:
Wie schätzen Jugendliche die gesellschaftliche Bedeutung vorherrschender Schönheitsideale ein und welche Unterschiede zeigen sich aufgrund soziodemografischer Merkmale? (Bedeutsamkeit)

Fragestellung D:
Wie hängen die Internalisierung, der wahrgenommene Druck und die eingeschätzte Bedeutsamkeit vorherrschender Schönheitsideale mit dem Selbstwert der Jugendlichen zusammen?

3 Methoden

Alle nachfolgenden Auswertungen erfolgten auf Basis der Daten der JAMES-Studie 2024. Im Rahmen der Studie wurden aus dem deutschsprachigen, französischsprachigen und italienischsprachigen Teil der Schweiz über 1000 Jugendliche (*N* = 1183) im Alter von 12 bis 19 Jahren befragt. Diese Jugendlichen bilden eine schweizweit repräsentative Stichprobe dieser Altersklasse. Im Folgenden werden die zugrundeliegenden Konstrukte, deren Messung und Auswertungsmethoden genauer beschrieben. Weiterführende Informationen zur Stichprobenzusammensetzung und zur Datenanalyse sind im Bericht der Hauptstudie zu finden (Külling-Knecht et al., 2024).

3.1 Fragebogen und Skalen

Für den vorliegenden Bericht wurden die soziodemografischen Variablen verwendet, deren Erfassung im Bericht der Hauptstudie ausführlich beschrieben sind (Külling-Knecht et al., 2024). Mit einem Frageblock wurden verschiedene Aspekte rund um das Körperbild sowie der Selbstwert der Jugendlichen erfragt. Im Folgenden wird die Erhebung dieser Konstrukte beschrieben:

Körperbild

Um verschiedene Dimensionen zur Bedeutung von Schönheitsidealen zu erheben, wurde die deutsche Version des *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire* (SATAQ-G, Forrester-Knauss et al., 2009) verwendet. Konsistent mit den Konstrukten des oben besprochenen Tripartite Influence Models misst die Skala die Akzeptanz oder Übernahme von gesellschaftlich definierten Schönheitsidealen als persönliche Norm (*internalization*), den wahrgenommenen Druck medial vermittelten Schönheitsidealen zu entsprechen (*pressure*) und die Bedeutsamkeit und Anerkennung gesellschaftlicher Erscheinungsnormen (*awareness*). Die Originalskala umfasst 16 Items, die den Dimensionen *Internalisierung*, *Druck* und *gesellschaftliche Bedeutsamkeit* zugeteilt werden können, und liegt in einer Version für Mädchen und einer Version für Jungen vor. Während bei Mädchen die Internalisierung eines schlanken Schönheitsideals erfragt wird, fokussiert die Version für Jungen auf ein muskulöses Schönheitsideal. In der JAMES-Befragung wurden den Mädchen und den Jungen die gleichen Fragen vorgelegt. Der Fragebogen wurde so angepasst, dass die Internalisierung von dünnen sowie muskulösen Idealbildern geschlechtsunabhängig erfasst werden kann. Während die ursprüngliche Skala den durch «klassische» Medien wahrgenommenen Druck untersucht, wurde der Fokus für die JAMES-Befragung auf soziale Netzwerke gerichtet und Begriffe wurden entsprechend angepasst. Die Frage «Ich fühle mich vom Fernsehen oder von Zeitungen unter Druck gesetzt, schön auszusehen» beispielsweise wurde zu «Ich fühle mich von sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt, schön auszusehen». Zudem wurde der Originalfrageblock gekürzt: Im ursprünglichen Block werden die Dimensionen *Druck durch soziale Netzwerke* und *Bedeutsamkeit* mit je fünf und die Dimension *Internalisierung* jeweils mit sechs Fragen erfragt. Für den vorliegenden Bericht wurden die Frageblöcke pro Dimension auf die drei Fragen mit der höchsten Faktorladung gekürzt. Somit besteht der in der JAMES-Befragung verwendete Frageblock aus 12 Items, welche die Dimensionen *Druck durch soziale Netzwerke*, *gesellschaftliche Bedeutsamkeit* und *Internalisierung (dünn* und *muskulös)* erfassen.

Mittels Faktoranalyse wurde geprüft, ob sich die angenommenen Dimensionen mit der gekürzten und angepassten Version des SATAQ-G abbilden lassen. Dazu wurde eine Drei-Faktoren-Lösung mit den Dimensionen «Druck durch soziale Netzwerke», «gesellschaftliche Bedeutsamkeit» und «Internalisierung» mit einer Vier-Faktoren-Lösung verglichen, die zwischen der Internalisierung dünner und muskulöser Schönheitsideale unterscheidet. Die Analyse zeigt, dass eine Vier-Faktor-Lösung die Struktur des Fragebogens sinnvoll abbildet. Bis auf zwei Ausnahmen lassen sich alle Items eindeutig einem der vier Faktoren zuordnen. Die beiden Items «Ich glaube, dass Kleidung an dünnen Körpern besser aussieht» und «Ich glaube, dass Kleidung an muskulösen Körpern besser aussieht» weisen hohe Querladungen auf und wurden deshalb ausgeschlossen. In Tabelle 1 sind die vier Faktoren und die zugehörigen Items dargestellt. Die vier Faktoren erklären gemeinsam 79 % der Varianz. Zur Berechnung der verschiedenen Dimensionen wurden Mittelwertindizes gebildet.

Tabelle 1: Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-G, angepasste Version)

Dimension	Item
Druck durch soziale Netzwerke	Ich fühle mich von sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt, schön auszusehen.
	Ich fühle mich von sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt, einen perfekten Körper zu haben.
	Ich fühle mich von sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt, mein Aussehen zu ändern.
Bedeutsamkeit	Es ist sehr wichtig, gut auszusehen, wenn man in unserer Gesellschaft etwas erreichen möchte.
	Es ist wichtig, dass man hart für eine gute Figur arbeitet, wenn man in der heutigen Gesellschaft etwas erreichen möchte.
	In der heutigen Gesellschaft ist es wichtig, immer attraktiv auszusehen.
Internalisierung dünn	Wenn ich in sozialen Netzwerken Bilder von dünnen Körpern sehe, wünsche ich mir, dünn zu sein.
	Ich wünschte, ich würde wie ein Model aussehen.
Internalisierung muskulös	Wenn ich in sozialen Netzwerken Bilder von muskulösen Körpern sehe, wünsche ich mir, muskulös zu sein.
	Ich wünschte, ich würde wie ein Bodybuilder / eine Bodybuilderin aussehen.

Selbstwert

Der Selbstwert wurde mit Fragen aus der *Rosenberg Self-Esteem Scale* (Rosenberg, 1965) erhoben. Die ursprüngliche Skala umfasst zehn Items und lässt neben der Erfassung eines globalen Selbstwerts die Unterscheidung der Dimensionen *Selbstabwertung* und *Selbstakzeptanz* zu, wobei sich Letztere in zwei Unterkomponenten *(self-competence* und *self-liking)* teilten. Für die JAMES-Befragung wurde pro Dimension ein Item verwendet, die in Tabelle 2 aufgeführt sind. Die Jugendlichen schätzten das Zutreffen der Aussagen auf einer fünfstufigen Skala ein (Antwortoptionen «stimme voll und ganz zu» bis «stimme überhaupt nicht zu»). Zur Berechnung eines globalen Selbstwerts wurde das negativ formulierte Item umcodiert und anschliessend ein Mittelwert der drei Items gebildet.

Tabelle 2: Rosenberg Self-Esteem Scale (gekürzte Version)

Wie sehr stimmst du folgenden Aussagen zu?
Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.
Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.
Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.

3.2 Datenauswertungen

Die quantitativen Berechnungen wurden unter Berücksichtigung des komplexen Stichprobendesigns mit den Statistikprogrammen R und SPSS durchgeführt. Genauere Informationen zum Stichprobenplan und zur Gewichtung finden sich im Ergebnisbericht der JAMES-Studie 2024 (Külling-Knecht et al., 2024). Zur Beantwortung der **Fragestellungen A bis C** wurde deskriptiv darstellt, wie stark die vier Dimensionen *Druck durch soziale Netzwerke*, *Bedeutsamkeit*, *Verinnerlichung dünner Idealbilder* und *Internalisierung muskulöser Idealbilder* in den Subgruppen (Geschlecht, Alter, Herkunft, SoS) ausgeprägt sind. Zur Identifizierung von Unterschieden zwischen den Subgruppen, wurden A-posteriori-Vergleiche untersucht. Um gemäss **Fragestellung D** zu prüfen, ob und wie stark die vier Dimensionen mit dem Selbstwert zusammenhängen, wurde ein lineares Regressionsmodell gerechnet. Der Selbstwert bildet

dabei die abhängige Variable, die vier Dimensionen die unabhängigen Variablen. Das Modell wurde zudem in Bezug auf Geschlecht, Alter, Status, Herkunft, Landesteil und Urbanitätsgrad kontrolliert.

4 Ergebnisse

Im nachfolgenden Kapitel werden die Ergebnisse zu den vier formulierten Fragestellungen (A bis D) berichtet.

4.1 Fragestellungen A bis C: Unterschiede in Bezug auf die Internalisierung, den wahrgenommenen Druck und die eingeschätzte Bedeutsamkeit von Schönheitsidealen

Bedeutsamkeit von Schönheitsidealen
Die Skala «Bedeutsamkeit von Schönheitsidealen» misst, wie stark die Jugendlichen gesellschaftliche Schönheitsideale anerkennen und welche Bedeutung sie ihnen beimessen. Über alle Jugendlichen hinweg ergibt sich ein Mittelwert von 2,83 (SD = 0,4). Signifikante Unterschiede zeigen sich in Abhängigkeit des Alters (mittlerer Effekt). 16-/17- und 18-/19-jährige Jugendliche messen gesellschaftlichen Körperbildern eine grössere Bedeutsamkeit zu als jüngere Jugendliche (siehe Abbildung 1). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich aufgrund des Geschlechts, des SoS, der Herkunft, des Landesteils und des Wohnorts.

Druck durch soziale Medien
Mit dieser Skala wird erhoben, wie stark die Jugendlichen sich durch soziale Medien unter Druck gesetzt fühlen, den vermittelten Schönheitsidealen zu entsprechen. In der Gesamtstichprobe ergibt sich ein Mittelwert von 2,48 (SD = 0,6). Ein deutlicher Unterschied zeigt sich zwischen Mädchen und Jungen (grosser Effekt). Mädchen empfinden einen höheren Druck als Jungen (siehe Abbildung 2). Zudem zeigt sich auch hier ein Alterseffekt (kleiner Effekt). 16-/17- und 18-/19-jährige Jugendliche verspüren einen grösseren Druck durch soziale Medien als jüngere Jugendliche (siehe Abbildung 1). Keine signifikanten Unterschiede zeigen sich aufgrund des SoS, der Herkunft, des Landesteils und des Wohnorts der Jugendlichen.

Verinnerlichung eines dünnen Schönheitsideals
Mit zwei Items wurde erhoben, wie stark die Jugendlichen das Idealbild eines dünnen Körpers verinnerlicht haben. Im Mittel ergibt sich über alle Jugendlichen hinweg ein Wert von 2,33 (SD = 0,6). Es zeigt sich ein grosser Unterschied in Abhängigkeit des Geschlechts: Mädchen haben das Idealbild eines dünnen Körpers stärker verinnerlicht als Jungen (siehe Abbildung 2). Hinsichtlich aller anderen soziodemografischen Merkmale zeigen sich keine signifikanten Unterschiede.

Verinnerlichung eines muskulösen Schönheitsideals
Ebenfalls mit zwei Items wurde erhoben, wie stark die Jugendlichen das Ideal eines muskulösen Körpers verinnerlicht haben. Über alle Jugendlichen hinweg ergibt sich ein Mittelwert von 2,20 (SD = 0,4). Bei den Jungen ist die Internalisierung etwas stärker ausgeprägt als bei den Mädchen (kleiner Effekt, siehe Abbildung 2). Unterschiede zeigen sich auch zwischen den verschiedenen Altersgruppen. Am stärksten ist die Verinnerlichung von muskulösen Schönheitsidealen bei 16-/17-Jährigen, am wenigsten ausgeprägt bei 12-/13-jährigen Jugendlichen (siehe Abbildung 1). Keine signifkanten Unterschiede zeigen sich in Abhängigkeit des SoS, der Herkunft, des Landesteils und des Wohnorts der Jugendlichen.

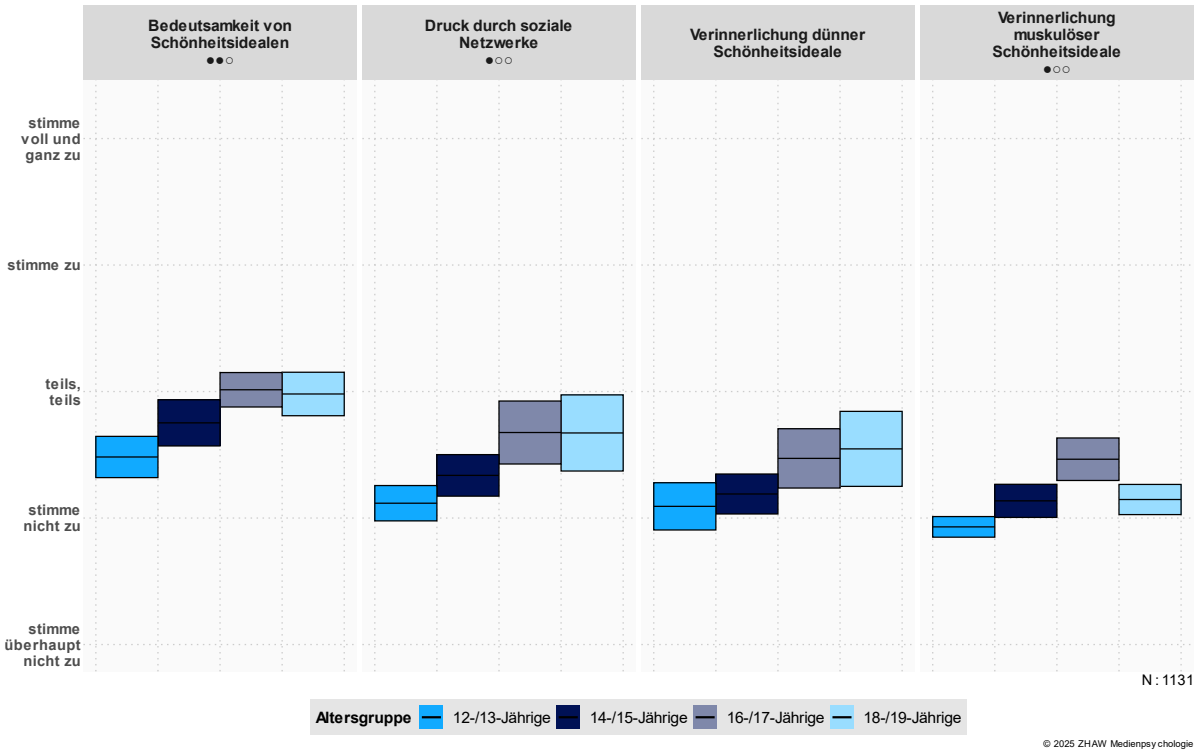

Abbildung 1: Mittelwerte im angepassten SATAQ-G nach Alter

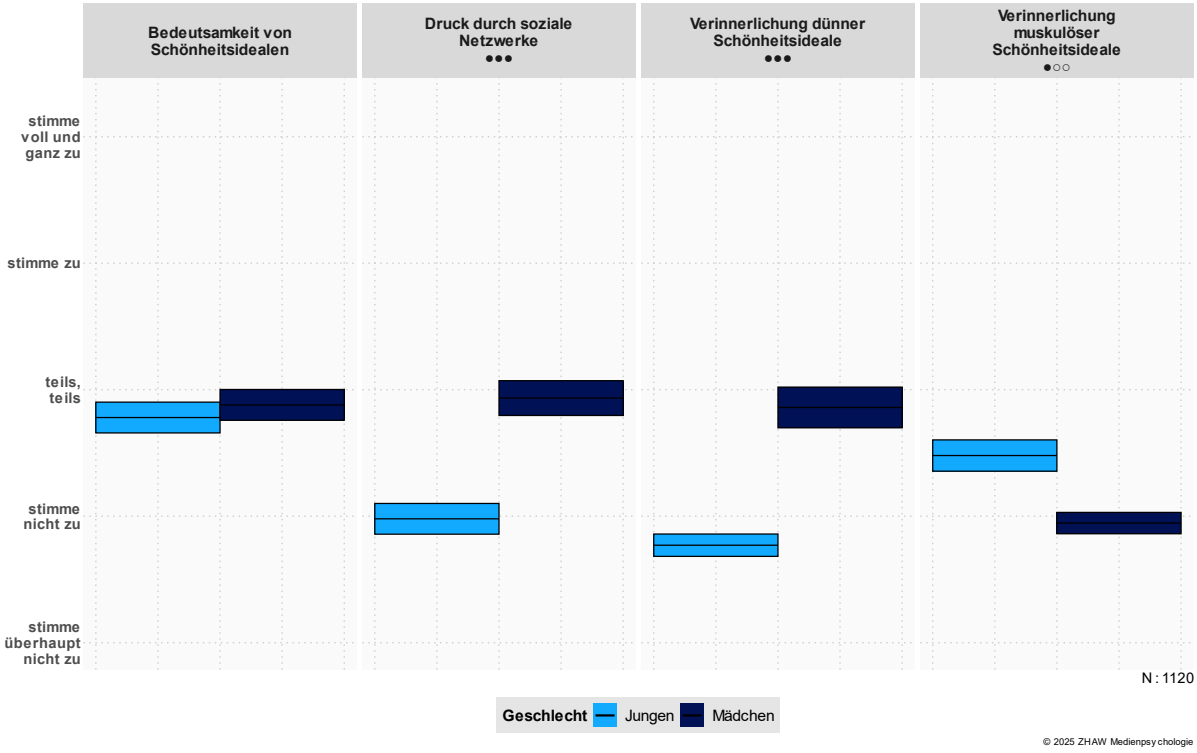

Abbildung 2: Mittelwerte im angepassten SATAQ-G nach Geschlecht

4.2 Fragestellung D: Zusammenhang von Internalisierung, wahrgenommenem Druck und eingeschätzter Bedeutsamkeit vorherrschender Schönheitsideale mit dem Selbstwert

Um Fragestellung D zu beantworten, wurde ein gewichtetes lineares Regressionsmodell berechnet mit **Selbstwert** als abhängige Variable (AV). Selbstwert zeigt eine linksschiefe Verteilung (siehe Abbildung 3). Nur wenige Jugendliche berichten sehr niedrige Ausprägungen (Wertebereich 1–2), während der Grossteil der Werte im oberen Skalenbereich zwischen etwa 3,5 und 5 liegt. Der Mittelwert beträgt M = 3,92 und liegt damit über der Skalenmitte. Insgesamt weist die Verteilung auf überwiegend hohe Selbstwertausprägungen bei den Jugendlichen hin (siehe Abbildung 3).

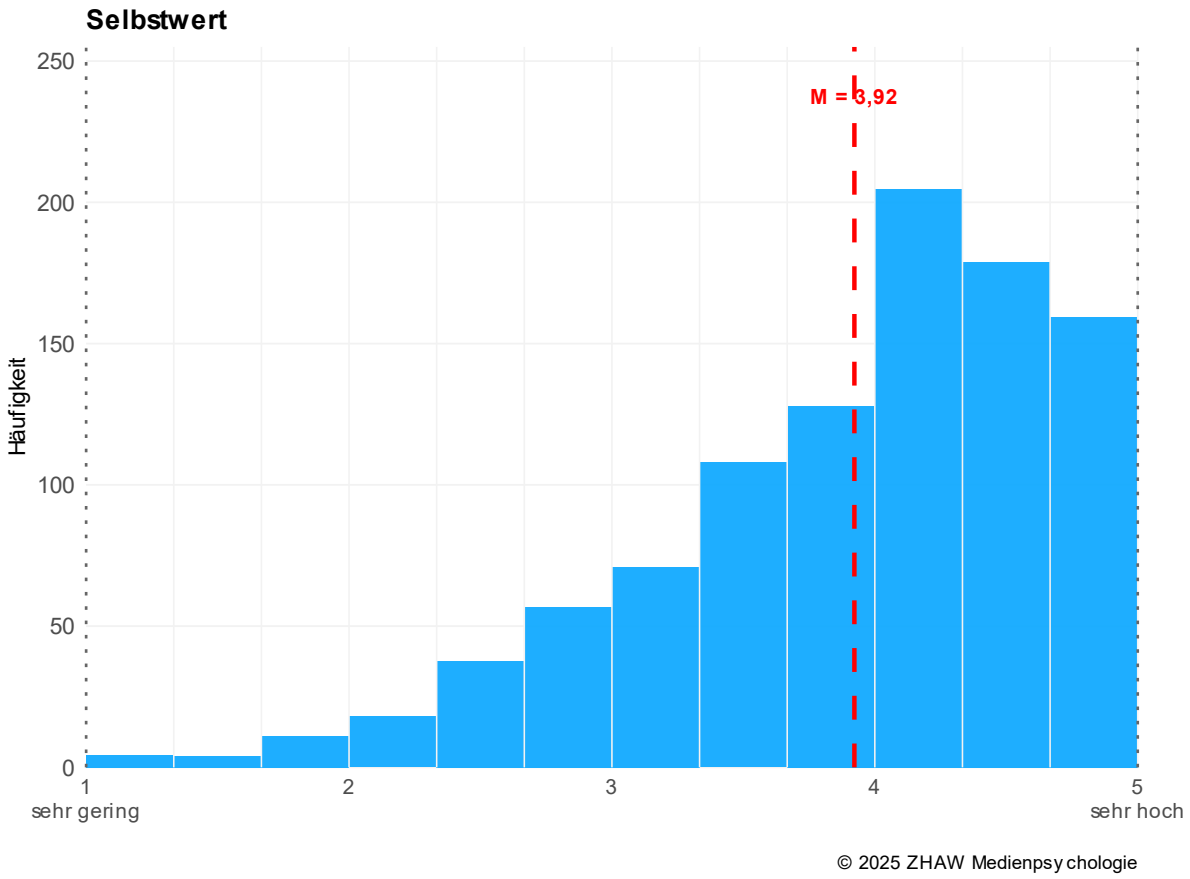

Abbildung 3: Verteilung Selbstwert

Als unabhängige Variablen wurden die vier Dimensionen des angepassten SATAQ-G (Bedeutsamkeit, Druck, Verinnerlichung dünner Schönheitsideale, Verinnerlichung muskulöser Schönheitsideale) sowie verschiedene sozidemografische Merkmale wie Geschlecht, Alter, Status, Herkunft, Landesteil und Urbanitätsgrad in das Modell mitaufgenommen. Diese werden mit dem Selbstwert in Beziehung gesetzt. Das finale Modell erklärt **22 % der Varianz des Selbstwerts.** Folgende Faktoren haben sich als signifikant erwiesen:

- **Druck durch soziale Netzwerke:** je stärker Jugendliche den Druck durch soziale Medien empfinden, umso niedriger ist ihr Selbstwert (β = –0,112, p <0,01).
- **Verinnerlichung dünner Schönheitsideale:** Je stärker Jugendliche dünne Schönheitsideale verinnerlicht haben, umso niedriger ist ihr Selbstwert (β = –0,348, p <0,001).

- **Altersgruppe:** Mit steigendem Alter nimmt der Selbstwert im Mittel zu (12-/13-Jährige: β = –0,349, p <0,001; 14-/15-Jährige: β = –0,089, p = 0,178; 16-/17-Jährige: β = 0,085, p = 0,176; 18-/19-Jährige: β = 0,353, p <0,001.
- **Herkunft:** Schweizer Jugendliche haben im Mittel einen höheren Selbstwert als Jugendliche mit Migrationshintergrund (β = 0,089, p <0,05).

Abbildung 3 fast die wichtigsten Kennzahlen des Modells zusammen.

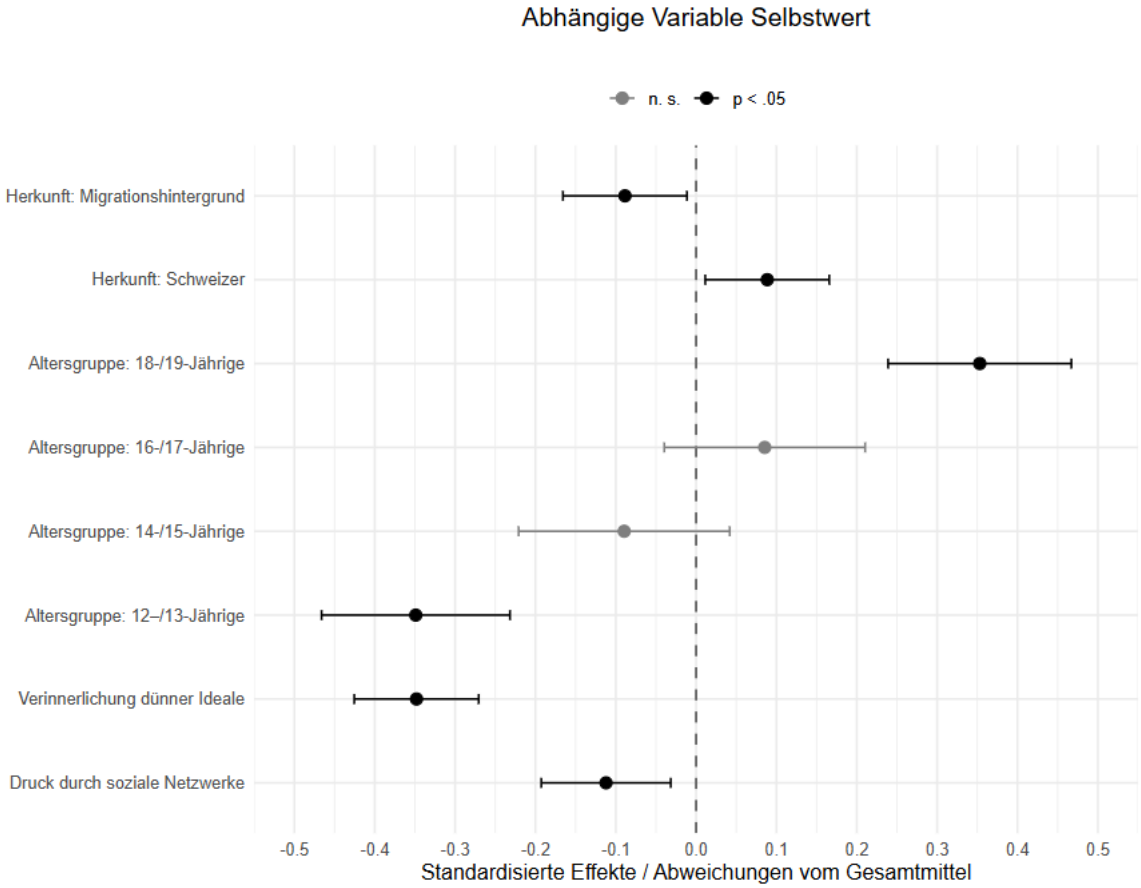

Abbildung 4: Merkmale, die mit dem Selbstwert zusammenhängen

5 Zusammenfassung und Diskussion

Aus entwicklungspsychologischer Sicht stellt die Adoleszenz eine wichtige Phase in der Identitätsbildung und der damit einhergehenden Entwicklung des Körperbilds dar. Während dieser Zeit durchlaufen Heranwachsende bedeutende körperliche Veränderungen und sind dadurch gezwungen, sich mit ihrem Körper zu beschäftigen und die körperlichen Veränderungen in ihr Selbstbild zu integrieren. Wie Jugendliche ihren Körper wahrnehmen, hängt nicht nur von Selbstwahrnehmung und Selbstreflexion ab, sondern ist stark durch gesellschaftliche Ideale geprägt. Mit dem vorliegenden Bericht wurde untersucht, wie Jugendliche in der Schweiz vorherrschende Schönheitsideale verinnerlicht haben und welche gesellschaftliche Bedeutung sie diesen beimessen. Zudem wurden sie gefragt, wie stark sie durch Inhalte auf sozialen Netzwerken Druck auf ihr Äusseres verspüren. Zuletzt wurde untersucht, inwiefern die verschiedenen Körperbildaspekte mit dem Selbstwert der Jugendlichen in Zusammenhang stehen. Im Folgenden werden die Ergebnisse zusammengefasst und eingeordnet.

Verinnerlichung und gesellschaftliche Bedeutung von Schönheitsidealen

Bezüglich der persönlichen Bedeutung bzw. der Verinnerlichung von Schönheitsidealen zeigen sich bei Jugendlichen in der Schweiz geschlechtsspezifische Muster: Mädchen haben Schlankheitsideale deutlich stärker verinnerlicht als Jungen. Hingegen spielen Idealvorstellungen eines muskulösen Körpers bei Jungen eine etwas grössere Rolle. Die Ergebnisse decken sich mit den Befunden der HBSC-Studie (Balsiger et al., 2023), mit der 2022 11- bis 15-Jährige in der Schweiz befragt wurden: In dieser Stichprobe wünschten sich ein Drittel aller Mädchen dünner zu sein, bei den Jungen waren es etwa 10 %. Hingegen wünschten sich mehr als ein Drittel aller Jungen muskulöser zu sein, bei den Mädchen sind es etwa 10 %. Obwohl sich heute gerade in sozialen Netzwerken für Mädchen und junge Frauen neben dem Schlankheitsideal auch das Ideal eines schlanken, aber muskulösen Körpers *(thin-muscular ideal)* herausgebildet hat (Rodgers et al., 2020), scheint das Schlanksein bei Mädchen als Ideal nach wie vor im Vordergrund zu stehen und ihre eigene Körperwahrnehmung stärker zu beeinflussen. Altersunterschiede zeigen sich bezüglich der Verinnerlichung eines muskulösen Schönheitsideals: Der Wunsch nach mehr Muskeln nimmt bis zum Alter von 16 zu, ist bei 18-/19-Jährigen jedoch wieder weniger stark ausgeprägt. Möglicherweise entwickeln Heranwachsende im späteren Jugendalter realistischere Erwartungen an den eigenen Körper, was Muskulosität angeht. Hingegen zeigen sich keine signifikanten Altersunterschiede bezüglich der Internalisierung von Schlankheitsidealen, was mit der Annahme einhergeht, dass vorherrschende Schlankheitsideale bereits in einem jungen Alter verinnerlicht werden (Perez et al., 2018; White et al., 2011). Dies verdeutlicht auch, dass es wichtig ist, bereits mit Kindern im Primarschulalter über Sorgen und Druck bezüglich ihres Aussehens zu sprechen, und dass präventive Massnahmen nicht erst im Jugendalter ansetzen sollen.

Die Ergebnisse des vorliegenden Berichts zeigen, dass Jugendliche mit zunehmendem Alter den vorherrschenden Schönheitsidealen eine grössere gesellschaftliche Bedeutung beimessen. 16-/19-Jährige stimmen Aussagen wie «Es ist sehr wichtig, gut auszusehen, wenn man in unserer Gesellschaft etwas erreichen möchte» eher zu als 12-/13-Jährige. Dies verdeutlicht, dass mit zunehmendem Alter die Sensibilisierung für gesellschaftliche Normen zunimmt. Während sich in der persönlichen Bedeutsamkeit von Schönheitsidealen deutliche Geschlechtsunterschiede zeigen, schätzen Jungen und Mädchen die gesellschaftliche Bedeutsamkeit von Schönheitsidealen ähnlich hoch ein.

Druck durch soziale Netzwerke

Schönheitsideale werden einerseits über die Familie und Gleichaltrige vermittelt, gleichzeitig spielen medial präsentierte Bilder eine wichtige Rolle (Thompson et al., 1999). Der mediale Alltag der Jugendlichen ist heute stark durch die Nutzung sozialer Netzwerke geprägt. Inhalte, die auf solchen Plattformen geteilt werden, zeigen häufig einseitige und unrealistische Schönheitsideale, die Jugendliche in Bezug auf ihr eigenes Aussehen unter Druck setzen können. Auch hier zeigt sich ein kleiner Alterseffekt.

16-/19-Jährige fühlen sich durch soziale Netzwerke stärker unter Druck gesetzt als 12-/13-Jährige. Dieser Alterseffekt lässt sich einerseits durch die Nutzungshäufigkeit sozialer Netzwerke erklären, die im Verlauf des Jugendalters zunimmt. 82 % der 12/13-Jährigen und 95 % der 16-/19-Jährigen nutzen täglich / mehrmals täglich soziale Netzwerke (Külling-Knecht et al., 2024). Andererseits könnten auch sich verändernde Nutzungsmuster eine Rolle spielen, insofern als ältere Jugendliche möglicherweise häufiger mit Inhalten konfrontiert werden, die auf Äusserlichkeiten fokussieren. Möglicherweise nimmt mit fortschreitendem Jugendalter auch die Tendenz zu, sich bezüglich des Äusseren zu vergleichen, da das Bewusstsein für den eigenen Körper zunimmt und das Aussehen wichtiger wird, um Zugehörigkeit und Abgrenzung innerhalb von Peergruppen herzustellen (Pürgstaller, 2023).

Mädchen empfinden durch Inhalte auf sozialen Netzwerken einen stärkeren Druck auf ihr eigenes Aussehen. Dies könnte auf unterschiedliche Erfahrungen innerhalb sozialer Netzwerke zurückzuführen sein: Was Jugendliche auf diesen Plattformen zu sehen bekommen, ist aufgrund algorithmischer Empfehlungen sehr individuell. Möglicherweise kommen Mädchen häufiger mit Inhalten in Kontakt, die starken Fokus auf Äusserlichkeiten legen. Studien zeigen zudem, dass Mädchen stärker zu sozialen Aufwärtsvergleichen tendieren als Jungen, sich selbst also häufiger mit schwer zu erreichenden Idealbildern vergleichen, was sich negativ auf das eigene Körperbild auswirken kann (Nesi & Prinstein, 2015; Nicholson, 2021; Steinsbekk et al., 2021). Eine qualitative Studie deutet darauf hin, dass Jungen im Umgang mit körperbezogenen Inhalten auf sozialen Netzwerken aktivere Copingstrategien anwenden, etwa bewusst Inhalte anschauen, die ihr Selbstbild schützen, und eher das Gefühl haben, Kontrolle über ihr Verhalten und ihre Reaktionen zu haben (Mahon & Hevey, 2021).

Zusammenhänge mit dem Selbstwert

Mit dem vorliegenden Bericht wurde weiter untersucht, inwiefern die Verinnerlichung und die gesellschaftliche Bedeutung von Schönheitsidealen sowie der durch soziale Netzwerke empfundene Druck mit dem Selbstwert von Jugendlichen zusammenhängen. Aus den Ergebnissen geht hervor, dass insbesondere die Verinnerlichung dünner Schönheitsideale mit dem Selbstwert der Jugendlichen negativ zusammenhängt. Je stärker das Schlanksein im Selbstkonzept eine Rolle spielt, umso niedriger ist der Selbstwert der Jugendlichen. Vermutlich besteht hier eine wechselseitige Beziehung: Die Verinnerlichung eines nur schwer zu erreichenden Schlankheitsideals führt zu einem negativen Körperbild und beeinflusst somit den Selbstwert negativ (Fioravanti et al., 2022; Vuong et al., 2021). Gleichzeitig geht ein niedriger Selbstwert vermutlich mit einer kritischeren Haltung gegenüber der eigenen Erscheinung einher, was sich in einem stärkeren Wunsch nach körperlicher Veränderung (schlank sein) niederschlägt.
Während sich ein klar negativer Zusammenhang zwischen der Verinnerlichung eines Schlankheitsideals und dem Selbstwert der Jugendlichen zeigt, findet sich in der vorliegenden Befragung kein Zusammenhang mit der Verinnerlichung von muskulösen Idealbildern. Möglicherweise stellen muskulöse Idealbilder für den Selbstwert eine geringere Bedrohung dar, da sie aktivierend wirken können und zu sportlicher Aktivität motivieren, die wiederum das körperliche und psychische Wohlbefinden verbessern kann.

Die Resultate zeigen zudem, dass ein stärker wahrgenommener Druck durch soziale Netzwerke mit einem niedrigeren Selbstwert einhergeht. Je mehr Jugendliche sich durch Inhalte auf sozialen Netzwerken unter Druck gesetzt fühlen, ihr Aussehen zu verändern, umso niedriger ist ihr Selbstwert. Auch hier lässt sich eine wechselseitige Beziehung vermuten. Idealisierte Bilder innerhalb sozialer Netzwerke begünstigen soziale Aufwärtsvergleiche, die sich negativ auf das eigene Körperbild und somit auf den Selbstwert auswirken. Eine experimentelle Studie zeigte beispielsweise, dass das Schauen von *Fitspiration*-Videos auf TikTok das Körperbild sowohl von Männern als auch von Frauen negativ beeinflusst (Limniou et al., 2025). Gleichzeitig kann man vermuten, dass Jugendliche mit einem niedrigeren Selbstwert und einem unsicheren Selbstkonzept stärker dazu neigen, sich mit schwer erreichbaren Idealen zu vergleichen und den Druck durch soziale Netzwerke deshalb stärker wahrnehmen.

Aus den Ergebnissen geht zudem hervor, dass sich der Selbstwert im Verlauf der Jugendjahre verändert und zwischen 12 und 18 Jahren langsam ansteigt. Diese altersspezifischen Unterschiede werden aus

entwicklungspsychologischer Sicht unter anderem durch die mit der Pubertät einhergehenden körperlichen und psychosozialen Veränderungen in Verbindung gebracht. Nach einem relativ hohen Selbstwert in der Kindheit fällt dieser durch zunehmend realistischere Selbstbewertungen und der damit verbundenen Differenzierungsfähigkeit zwischen einem idealen und einem realen Selbst im Verlauf der Grundschulzeit stark ab (Pinquart, 2025) und steigt während der Jugendjahre schrittweise wieder an, was mit der erfolgreichen Bewältigung altersspezifischer Entwicklungsaufgaben begründet wird (J. M. Chung et al., 2014; Orth & Robins, 2014). Aus dem vorliegenden Bericht wird zudem ersichtlich, dass Schweizer Jugendliche einen etwas höheren Selbstwert haben als Jugendliche mit Migrationshintergrund. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass sich Jugendliche mit Migrationshintergrund mit grösseren Herausforderungen konfrontiert sehen, die eine psychosoziale Adaptation erschweren und zu mehr internalisierenden und externalisierenden Problemen führen können (Steinhausen et al., 2009).

Zusammengefasst zeigen die Befunde der Studie, dass es wichtig ist, Kinder und Jugendliche bei einem kritischen Umgang mit gesellschaftlichen Schönheitsidealen zu unterstützen und diese gemeinsam zu hinterfragen. Dazu gehört es, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass medial vermittelte Bilder und Videos oftmals inszeniert und bearbeitet sind und unrealistische Ideale von Körperlichkeit und Aussehen transportieren. Schönheitsideale werden aber nicht nur medial vermittelt, sondern auch durch Erlebnisse in Peergruppen und im familiären Umfeld. Erwachsene Bezugspersonen fungieren als wichtige Vorbilder: Ein wohlwollender Umgang mit dem eigenen Körper, aber auch eine respektvolle Haltung gegenüber dem äusseren Erscheinungsbild anderer können Jugendliche in der Entwicklung eines gesunden Körperbilds unterstützen.

6 Tipps für Eltern und Schulen …

…wie sie Jugendliche bei der Entwicklung eines positiven Körperbilds und im Umgang mit Inhalten auf sozialen Netzwerken unterstützen können.

- Bezugspersonen sind Vorbilder im Umgang mit dem eigenen Körper. Leben Sie einen wohlwollenden und wertschätzenden Umgang vor. Achten Sie darauf, auch über die Körper anderer nicht (ab-)wertend zu sprechen.
- Schönheitsideale werden bereits in der Kindheit verinnerlicht. Sprechen Sie mit Kindern und Jugendlichen über Unsicherheiten und Druck bezüglich ihres Aussehens.
- Stärken Sie Kinder und Jugendliche in ihrem Selbstbewusstsein, indem Sie individuelle Fähigkeiten und Stärken in den Vordergrund stellen und aufzeigen, dass man auf unterschiedliche Dinge stolz sein kann. Stellen sie das Aussehen nicht in den Vordergrund.
- Stärken Sie das Bewusstsein für gesellschaftliche Schönheitsideale, indem Sie gemeinsam darüber sprechen. Hinterfragen Sie kritisch den Druck zu fortlaufender Optimierung und sprechen Sie über realistische Erwartungen an den eigenen Körper.
- Schauen Sie sich medial vermittelte Bilder und Videos gemeinsam an. Unterstützen Sie Kinder und Jugendliche dabei, Inhalte kritisch zu hinterfragen, und schärfen Sie ihr Bewusstsein dafür, dass Bilder inszeniert und oftmals bearbeitet sind.

7 Literatur

Agyapong-Opoku, N., Agyapong-Opoku, F., & Greenshaw, A. J. (2025). Effects of Social Media Use on Youth and Adolescent Mental Health: A Scoping Review of Reviews. *Behavioral Sciences*, *15*(5), 574. https://doi.org/10.3390/bs15050574

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

Balsiger, N., Schmidhauser, V., & Jordan, M. D. (2023). *Körpergewicht und Körperbild bei Jugendlichen*.

Bottaro, R., & Faraci, P. (2022). The Use of Social Networking Sites and Its Impact on Adolescents' Emotional Well-Being: A Scoping Review. *Current Addiction Reports*, *9*(4), 518–539. https://doi.org/10.1007/s40429-022-00445-4

Bozsik, F., Whisenhunt, B. L., Hudson, D. L., Bennett, B., & Lundgren, J. D. (2018). Thin Is In? Think Again: The Rising Importance of Muscularity in the Thin Ideal Female Body. *Sex Roles*, *79*(9–10), 609–615. https://doi.org/10.1007/s11199-017-0886-0

Cash, T. F. (2002). Cognitive behavioral Perspectives on Body Image. In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Hrsg.), *Body images: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (S. 269–276). Guilford.

Cataldo, I., De Luca, I., Giorgetti, V., Cicconcelli, D., Bersani, F. S., Imperatori, C., Abdi, S., Negri, A., Esposito, G., & Corazza, O. (2021). Fitspiration on social media: Body-image and other psychopathological risks among young adults. A narrative review. *Emerging Trends in Drugs, Addictions, and Health*, *1*, 100010. https://doi.org/10.1016/j.etdah.2021.100010

Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely Gouley, K., & Seixas, A. (2021). Adolescent Peer Influence on Eating Behaviors via Social Media: Scoping Review. *Journal of Medical Internet Research*, *23*(6), e19697. https://doi.org/10.2196/19697

Chung, J. M., Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Noftle, E. E., Roberts, B. W., & Widaman, K. F. (2014). Continuity and Change in Self-Esteem During Emerging Adulthood. *Journal of personality and social psychology*, *106*(3), 469–483. https://doi.org/10.1037/a0035135

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

Course-Choi, J., & Hammond, L. (2021). Social Media Use and Adolescent Well-Being: A Narrative Review of Longitudinal Studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *24*(4), 223–236. https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0020

Fardouly, J., & Vartanian, L. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current opinion in psychology*, *9*, 1–5. https://doi.org/10.1016/J.COPSYC.2015.09.005

Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, *20*(4), 1380–1395.

Ferguson, C. J., Kaye, L. K., Branley-Bell, D., & Markey, P. (2025). There is no evidence that time spent on social media is correlated with adolescent mental health problems: Findings from a meta-analysis. *Professional Psychology: Research and Practice*, *56*(1), 73–83. https://doi.org/10.1037/pro0000589

Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & Casale, S. (2022). How the Exposure to Beauty Ideals on Social Networking Sites Influences Body Image: A Systematic Review of Experimental Studies. *Adolescent Research Review*, *7*(3), 419–458. https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4

Fioravanti, G., Svicher, A., Ceragioli, G., Bruni, V., & Casale, S. (2023). Examining the impact of daily exposure to body-positive and fitspiration Instagram content on young women's mood and body image: An intensive longitudinal study. *New Media & Society*, *25*(12), 3266–3288. https://doi.org/10.1177/14614448211038904

Forrester-Knauss, C., Paxton, S., & Alsaker, F. (2009). Validation of the German version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-G). *Body image*, *6*, 113–120. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.01.002

Grogan, S. (2021a). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children* (4. Aufl.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003100041

Grogan, S. (2021b). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, and Children* (4. Aufl.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003100041

Hazzard, V. M., Schaefer, L. M., Schaumberg, K., Bardone-Cone, A. M., Frederick, D. A., Klump, K. L., Anderson, D. A., & Thompson, J. K. (2019). Testing the Tripartite Influence Model among heterosexual, bisexual, and lesbian women. *Body Image*, *30*, 145–149. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.001

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

Horwitz, J. (2025, Oktober 20). Exclusive: Instagram shows more 'eating disorder adjacent' content to vulnerable teens, internal Meta research shows. *Reuters*. https://www.reuters.com/business/instagram-shows-more-eating-disorder-adjacent-content-vulnerable-teens-internal-2025-10-20/

Huang, Q., Peng, W., & Ahn, S. (2021). When media become the mirror: A meta-analysis on media and body image. *Media Psychology*, *24*(4), 437–489. https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1737545

Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S. J. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 139–148. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005

Karazsia, B. T., Murnen, S. K., & Tylka, T. L. (2017). Is body dissatisfaction changing across time? A cross-temporal meta-analysis. *Psychological Bulletin*, *143*(3), 293–320. https://doi.org/10.1037/bul0000081

Külling-Knecht, C., Waller, G., Willemse, I., Deda-Bröchin, S., Suter, L., Streule, P., Settegrana, N., Jochim, M., Bernath, J., & Süss, D. (2024). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. *Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften*.

Limniou, M., Duckett, H., & Mitchell, E. (2025). TikTok fitspiration and fitness ideal internalisation: Gender differences in self-esteem and body satisfaction. *Frontiers in Psychology*, *16*, 1578510. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1578510

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*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626763

McComb, S. E., & Mills, J. S. (2022). The effect of physical appearance perfectionism and social comparison to thin-, slim-thick-, and fit-ideal Instagram imagery on young women's body image. *Body Image*, *40*, 165–175. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.003

McCrory, A., Best, P., & Maddock, A. (2022). 'It's just one big vicious circle': Young people's experiences of highly visual social media and their mental health. *Health Education Research*, *37*(3), 167–184. https://doi.org/10.1093/her/cyac010

Memon, A., Sharma, S., Mohite, S., & Jain, S. (2018). The role of online social networking on deliberate self-harm and suicidality in adolescents: A systematized review of literature. *Indian Journal of Psychiatry*, *60*(4), 384. https://doi.org/10.4103/psychiatry.IndianJPsychiatry_414_17

Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review. *Frontiers in Psychology*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01351

Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, *43*(8), 1427–1438. https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0

Neumark-Sztainer, D., Wall, M. M., Chen, C., Larson, N. I., Christoph, M. J., & Sherwood, N. E. (2018). Eating, Activity, and Weight-related Problems From Adolescence to Adulthood. *American Journal of Preventive Medicine*, *55*(2), 133–141. https://doi.org/10.1016/j.amepre.2018.04.032

Nicholson, E. (2021). *Investigating the Relationship Between Social Media and Social Comparison on Body Image; Gender Differences* [Other, Dublin, National College of Ireland]. https://norma.ncirl.ie/4868/

Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The Development of Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, *23*(5), 381–387. https://doi.org/10.1177/0963721414547414

Perez, M., Kroon Van Diest, A. M., Smith, H., & Sladek, M. R. (2018). Body Dissatisfaction and Its Correlates in 5- to 7-Year-Old Girls: A Social Learning Experiment. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, *47*(5), 757–769. https://doi.org/10.1080/15374416.2016.1157758

Pinquart, M. (2025). Entwicklung des Selbst und der Persönlichkeit. In D. Urhahne, M. Dresel, & F. Fischer (Hrsg.), *Psychologie für den Lehrberuf* (S. 393–408). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-69557-9_19

Popat, A., & Tarrant, C. (2023). Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being – A qualitative literature review. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, *28*(1), 323–337. https://doi.org/10.1177/13591045221092884

Pürgstaller, E. (2023). Das Körperverständnis von Heranwachsenden im Kontext der Mediatisierung. *Forum Kinder- und Jugendsport*, *4*(1), 59–68. https://doi.org/10.1007/s43594-023-00093-0

Ricciardelli, L. A., & Yager, Z. (2015). *Adolescence and Body Image* (0 Aufl.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315849379

Roberts, Maheux, A. J., Hunt, R. A., Ladd, B. A., & Choukas-Bradley, S. (2022). Incorporating social media and muscular ideal internalization into the tripartite influence model of body image: Towards a modern understanding of adolescent girls' body dissatisfaction. *Body Image*, *41*, 239–247. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.002

Roberts, T.-A., Calogero, R. M., & Gervais, S. J. (2018). Objectification theory: Continuing contributions to feminist psychology. In C. B. Travis, J. W. White, A. Rutherford, W. S. Williams, S. L. Cook, & K. F. Wyche (Hrsg.), *APA handbook of the psychology of women: History, theory, and battlegrounds (Vol. 1).* (S. 249–271). American Psychological Association. https://doi.org/10.1037/0000059-013

Rodgers, R. F., & Rousseau, A. (2022). Social media and body image: Modulating effects of social identities and user characteristics. [Review]. *Body Image*, 284–291. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.02.009

Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2020). A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys. *Journal of Youth and Adolescence*, *49*, 399–409. https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0

Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale. *Journal of Religion and Health*. https://doi.org/10.1037/t01038-000

Ryding, F. C., & Kuss, D. J. (2020). The Use of Social Networking Sites, Body Image Dissatisfaction, and Body Dysmorphic Disorder: A Systematic Review of Psychological Research. *Psychology of Popular Media*, *9*(4), 412–435. https://doi.org/10.1037/ppm0000264

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*, 259–275. https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028

Sala, A., Porcaro, L., & Gómez, E. (2024). Social Media Use and adolescents' mental health and well-being: An umbrella review. *Computers in Human Behavior Reports*, *14*, 100404. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100404

Salomon, I., & Brown, C. S. (2021). That selfie becomes you: Examining taking and posting selfies as forms of self-objectification. *Media Psychology*. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15213269.2020.1817091

Schaefer, L. M., Rodgers, R. F., Thompson, J. K., & Griffiths, S. (2021). A test of the tripartite influence model of disordered eating among men. *Body Image*, *36*, 172–179. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.009

Schär, M., & Weber, S. (2015). *Das gesunde Körperbild von Jugendlichen in der Deutschschweiz. Ergebnisse einer Befragung* (No. 35). Gesundheitsförderung Schweiz Arbeitspapier.

Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body* (American Edition). International Universities Press.

Schønning, V., Hjetland, G. J., Aarø, L. E., & Skogen, J. C. (2020). Social Media Use and Mental Health and Well-Being Among Adolescents – A Scoping Review. *Frontiers in Psychology*, *11*, 1949. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01949

Sebastian, C., Viding, E., Williams, K. D., & Blakemore, S.-J. (2010). Social brain development and the affective consequences of ostracism in adolescence. *Brain and Cognition*, *72*(1), 134–145. https://doi.org/10.1016/j.bandc.2009.06.008

Shankleman, M., Hammond, L., & Jones, F. W. (2021). Adolescent social media use and well-being: A systematic review and thematic meta-synthesis. *Adolescent Research Review*, *4*, 471–492. https://doi.org/10.1007/s40894-021-00154-5

Sharma, A., & Vidal, C. (2023). A scoping literature review of the associations between highly visual social media use and eating disorders and disordered eating: A changing landscape. [Review]. *Journal of Eating Disorders*, *11*(1), 170. https://doi.org/10.1186/s40337-023-00898-6

Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, *8*(4), 482–490. https://doi.org/10.1037/ppm0000182

Steinhausen, H.-C., Bearth-Carrari, C., & Winkler Metzke, C. (2009). Psychosocial adaptation of adolescent migrants in a Swiss community survey. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, *44*(4), 308–316. https://doi.org/10.1007/s00127-008-0437-7

Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W., & Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, *114*, 106528. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528

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

Stronski, S. M. (2018). Körperbild bei Mädchen und Jungen in der Pubertät. In B. Stier, N. Weissenrieder, & K. O. Schwab (Hrsg.), *Jugendmedizin* (S. 25–29). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-52783-2_3

Suhag, K., & Rauniyar, S. (2024). Social Media Effects Regarding Eating Disorders and Body Image in Young Adolescents. *Cureus*. https://doi.org/10.7759/cureus.58674

Sypeck, M. F., Gray, J. J., & Ahrens, A. H. (2004). No longer just a pretty face: Fashion magazines' depictions of ideal female beauty from 1959 to 1999. *International Journal of Eating Disorders*, *36*(3), 342–347. https://doi.org/10.1002/eat.20039

Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Body image and social media: The fault lines are clear - We need a seismic correction. *Body Image*, *45*, 142–144. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.009

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleef-Dunn, S. (1999). Theory assessment, and treatment of body image disturbance. *Thomson JK, Heinberg LJ, Altabe MN, Tantlee-Dunn. Exacting beauty: theory, assessment, and treatment of body image disturbance. Washington, DC: American Psychological Association*.

Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. F. Cash & L. Smolak (Hrsg.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2. Aufl., S. 12–19). The Guilford Press.

Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image*, *33*, 175–182. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002

Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002

Vincente-Benito, I., & Ramirez-Duran, 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 & Mental Health Services*, *61*(12), 11–18. 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), 13222. https://doi.org/10.3390/ijerph182413222

Wang, J.-L., Wang, H.-Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The Mediating Roles of Upward Social Comparison and Self-esteem and the Moderating Role of Social Comparison Orientation in the Association between Social

Networking Site Usage and Subjective Well-Being. *Frontiers in Psychology*, *8*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771

Wang, Y., Xie, X., Fardouly, J., Vartanian, L. R., & Lei, L. (2021). The longitudinal and reciprocal relationships between selfie-related behaviors and self-objectification and appearance concerns among adolescents. *New Media & Society*, *23*(1), 56–77. https://doi.org/10.1177/1461444819894346

White, S., Reynolds-Malear, J. B., & Cordero, E. (2011). Disordered Eating and the Use of Unhealthy Weight Control Methods in College Students: 1995, 2002, and 2008. *Eating Disorders*, *19*(4), 323–334. https://doi.org/10.1080/10640266.2011.584805

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

**Angewandte
Psychologie**

Pfingstweidstrasse 96
Postfach
8037 Zürich, Schweiz

Telefon +41 58 934 83 10

info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie