

Modul «Schein und Sein»

Reduktion auf das äussere Erscheinungsbild

1 DAS THEMA «SCHEIN UND SEIN IN DIGITALEN MEDIEN» VERSTEHEN

Soziale Medien bieten Jugendlichen zahlreiche Möglichkeiten, mit Peers oder Vorbildern in Kontakt zu treten und sind deshalb eng mit der Identitätsentwicklung verbunden. Schon die passive Betrachtung bestimmter Inhalte kann als Identitätsarbeit verstanden werden. Bei aktiver Identitätsarbeit durch Selbstdarstellung zeigen sich Jugendliche durch das Posten von (audio)visuellen Beiträgen, verändern mit Filtern und Bearbeitungsprogrammen ihr Erscheinungsbild nach Belieben und entdecken so ihre Identität («Wer bin ich?», «Wer kann ich sein?», «Wie fühlt sich das an?»). Durch Funktionen wie Likes und Kommentare erhalten sie zudem schnelle Rückmeldungen («Wie reagieren andere darauf?»).

Die Suche nach Bestätigung nach dem Posten von Selfies, bekannt als «behavior-reward feedback loop», kann die Fixierung auf das äussere Erscheinungsbild verstärken. Das kann einerseits zur Selbstoptimierung motivieren, andererseits aber auch zu problematischer Mediennutzung führen (Boursier et al., 2020). Besonders Jungen erwarten, dass das Teilen von Selfies ihr Selbstbewusstsein und ihren Status steigert, was problematische Folgen haben kann. Soziale Medien fördern den Vergleich mit anderen, was je nach Plattform und Person die Fokussierung auf das Äussere und die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körperbild verstärken kann (Boursier et al., 2020). Das Bewusstsein, online attraktiv zu wirken, steht in engem Zusammenhang mit psychischen Problemen wie Depressionen und Essstörungen, unabhängig von der verbrachten Zeit (Maheux et al., 2020; Choukas-Bradley et al., 2020). Gerade das Bearbeiten und Teilen von Fotos verstärkt die Fixierung auf das Aussehen stärker als die blossе Verweildauer auf Social Media (Maheux et al., 2022). Jugendliche nehmen soziale Medien häufig als «stark visuell» und «auf das Aussehen fokussiert» wahr, wobei Schönheit oft mehr

zählt als innere Werte (Paddock & Bell, 2021). Attraktivität führt zudem zu mehr positiven Kommentaren und fördert die Akzeptanz in der Peergroup (Paddock & Bell, 2021; Maheux et al., 2022).

Unsicherheiten über das eigene Aussehen, durch Social Media verstärkt, führen oft dazu, dass Jugendliche Inhalte posten, die ihrem «besten Selbst» (engl. «ideal self») entsprechen. Die **Schönheitsindustrie** nutzt diese Unsicherheiten gezielt, um Produkte zur Optimierung des Aussehens zu verkaufen (Boursier et al., 2020). Social Media präsentiert häufig unerreichbare Schönheitsideale durch Influencer*innen und Prominente, die als Vorbilder dienen und den Anpassungsdruck erhöhen (Maheux et al., 2020; Fardouly & Vartanian, 2016). Plattformen sind gezielt so gestaltet, dass sie Interaktionen um Bilder herum fördern und das Streben nach Attraktivität unterstützen. So entsteht ein Kreislauf aus Selbstdarstellung und Konsum, der sowohl den Plattformbetreibern als auch der Schönheitsindustrie zugutekommt (Choukas-Bradley et al., 2022).

Soziale Medien können auch soziale **Erscheinungsangst** (engl. «social appearance anxiety») verstärken – die Angst, wegen des Aussehens negativ bewertet zu werden. Diese Angst tritt besonders häufig bei Jungen mit intensiver Social Media-Nutzung auf (Boursier et al., 2020). Häufige Online-Vergleiche führen zu übermässiger Selbstüberwachung («self-monitoring»), was das Risiko für Depressionen und Essstörungen erhöht (Maheux et al., 2020; Hawes et al., 2020). Die Internalisierung von Schönheitsidealen und die bewusste Überwachung des eigenen Körpers («Body Surveillance») sind typische Folgen der Social Media-Nutzung.

Jugendliche betrachten sich oft aus der Perspektive anderer, was zwanghafte Selbstüberwachung fördert, besonders beim Posten und Bewerten von Bildern (Sevic et al., 2019). Diese Prozesse stehen laut Studien in engem Zusammenhang mit negativen Folgen für die mentale Gesundheit (Maheux et al., 2022).

Der Fokus sozialer Medien auf das äussere Erscheinungsbild verstärkt Selbstoptimierungsdruck, Unsicherheit und das Risiko psychischer Belastungen bei Jugendlichen.

Quellen: Quellen Boursier, V., Griffiths, M. D., & Gioia, F. (2020).

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106395>

Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2024). <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1>

Maheux, A. J., Roberts, S. R., Nesi, J., Widman, L., & Choukas-Bradley, S. (2022).

<https://doi.org/10.1002/jad.12009>

Paddock, D. L., & Bell, B. T. (2021). <https://shura.shu.ac.uk/30315/>

Sevic, S., Ciprić, A., Buško, V., & Štulhofer, A. (2019). <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01172-2>

2 PRAKTISCHE IMPLIKATIONEN: UNTERSTÜTZUNG DER SCHÜLER*INNEN IM UMGANG MIT DER REDUKTION AUF DAS AUSSEHEN

Kritisches Denken fördern

Starten Sie die Übung, indem Sie den Schülerinnen unterschiedliche Beauty-Werbekampagnen oder Social Media-Posts zeigen. Analysieren Sie gemeinsam, welche Emotionen diese Kampagnen hervorrufen sollen, z. B. Unsicherheit, Neid oder Perfektionsstreben. Diskutieren Sie, welche «Probleme» durch Werbung konstruiert werden, um Produkte zu verkaufen – etwa angebliche «Schönheitsmängel» oder den «Drang zur Selbstoptimierung». Lassen Sie die Schüler*innen anschliessend eigene «ehrliche Werbung» entwerfen, die die Realität widerspiegelt, auf unerreichbare Ideale verzichtet und Botschaften wie «Jede Schönheit ist einzigartig» transportieren kann. Die Ergebnisse können in der Klasse präsentiert und reflektiert werden.

Übung innere Schönheit

Lassen Sie die Schüler*innen fünf persönliche Stärken aufschreiben, die man ihnen auf den ersten Blick nicht ansieht (z. B. «Ich bin hilfsbereit» oder «Ich höre gut zu»). Besprechen Sie in Kleingruppen, warum diese inneren Stärken oft wichtiger sind als äussere

Erscheinungen. Die Reflexion kann im Kunstunterricht kreativ vertieft werden, etwa indem die Schüler*innen ein Bild gestalten, das ihre inneren Werte hervorhebt, oder im Textilen und Technischen Gestalten (TTG) ein Werkstück anfertigen, das ihre «innere Schönheit» symbolisiert. Die Ergebnisse können ausgestellt und gemeinsam besprochen werden.

Gedankenexperiment

Lassen Sie die Schüler*innen überlegen, wie eine Social Media Plattform aussehen würde, wenn Menschen keine Sehkraft hätten. Was würde sich verändern? Worauf würde der Fokus gelegt, was würde unwichtig werden? Eventuell können die Schüler*innen in Gruppen eine solche Plattform entwerfen.

Übungen zu kritischem Denken, inneren Stärken und kreativer Reflexion helfen Schüler*innen, den Fokus von äusseren Schönheitsidealen zu lösen und mehr Selbstwert sowie Vielfalt im Selbstbild zu entwickeln.

FRAGEN?

Kontakt

mediamantor@projuventute.ch
mediamantor.ch