peDOCS
Open Access Erziehungswissenschaften

DIPF

Rheiner, Jolyn

Between filters and self-worth - Der Einfluss sozialer Medien auf das Selbstbild und die Körperwahrnehmung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gen Z

2026, III, 76 S. - (Bachelor-Arbeit, RPTU Landau in der Pfalz, 2026)

Quellenangabe/ Reference:
Rheiner, Jolyn: Between filters and self-worth - Der Einfluss sozialer Medien auf das Selbstbild und die Körperwahrnehmung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gen Z. 2026, III, 76 S. - (Bachelor-Arbeit, RPTU Landau in der Pfalz, 2026) - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-366934 - DOI: 10.25656/01:36693

https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-366934
https://doi.org/10.25656/01:36693

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Rheinland-Pfälzische Technische Universität Landau

Bachelor of Arts Erziehungswissenschaften

Fachbereich Sozialpädagogik

Bachelorarbeit

Between Filters and Self-Worth - Der Einfluss sozialer Medien auf das Selbstbild und die Körperwahrnehmung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gen Z

Von Jolyn Rheiner

Abgabetermin: 19.08.2026

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ..... **I**

Abkürzungsverzeichnis ..... **II**

Hinweis zur sprachlichen Gestaltung ..... **III**

1. Einleitung **1**

1.1 Problemaufriss 1

1.2 Zielsetzung der Arbeit 1

1.3 Forschungsfragen 2

1.4 Aufbau der Arbeit 2

2. Theoretischer Rahmen **4**

2.1 Soziale Medien und Medienwirkungsansätze 4

2.1.1 Soziale Medien - Begriffserklärung 4

2.1.2 Überblick klassischer Medienwirkungsmodelle 4

2.2 Identitäts- und Selbstbildentwicklung im Jugendalter 6

2.3 Soziale Vergleichsprozesse 7

2.4 Die visuelle Kultur in sozialen Medien 9

2.5 Sexualisierte Darstellung im digitalen Raum 10

2.6 Relevanz für die Sozialpädagogik 12

3. Forschungsstand **14**

4. Methodik **17**

4.1 Forschungsdesign 17

4.2 Stichprobe und Feldzugang 17

4.3 Erhebungsinstrument: Retrospektiver Online-Fragebogen 18

4.3.1 Struktur und Aufbau des Fragebogens 18

4.3.2 Quantitative Erhebungseinheiten 19

4.3.3 Qualitative Erhebungseinheiten 20

4.4 Datenauswertung 20

4.4.1 Vorbereitung der quantitativen Daten 20

4.4.2 Qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz & Rädiker (2024) - Kategorienbildung und Kodierprozess 22

4.4.3 Kritische Reflexion der eigenen Rolle bei der qualitativen Analyse 23

4.4.4 Limitationen 24

4.5 Forschungsethik 25

5. Ergebnisse **26**
5.1 Quantitative Befunde 26
5.1.1 Stichprobenbeschreibung 26
5.1.2 Deskriptive Ergebnisse zur Social-Media-Nutzung 26
5.1.3 Deskriptive Analysen 30
5.1.4 Analytische Ergebnisse: Zusammenhänge (Mediennutzung & Selbstbild) 40
5.1.5 Analytische Ergebnisse: Gruppenunterschiede & Zeitvergleiche 43
5.2 Qualitative Befunde 47
5.3 Verbindung der quantitativen und qualitativen Ergebnisse 55
5.4 Beantwortung der Forschungsfragen 59
6. Diskussion **62**
7. Implikationen für die Sozialpädagogik **69**
8. Fazit **71**
Quellenverzeichnis **72**
Anhang **76**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Two-step flow Modell 4
Abbildung 2: JIM-Studie 2025 - Psychische Belastungen 14
Abbildung 3: JIM-Studie 2025 - Sexuelle Belästigung im Internet 16
Abbildung 4: Alter der Erstellung des eigenen Accounts 26
Abbildung 5: Meistgenutzte Plattformen 28
Abbildung 6: Meistverfolgte Medieninhalte 29
Abbildung 7: Selbstwert retrospektiv 30
Abbildung 8: Selbstwert aktuell 31
Abbildung 9: Selbstzufriedenheit retrospektiv 32
Abbildung 9: Selbstzufriedenheit retrospektiv 32
Abbildung 10: Retrospektiver Glaube nichts zu taugen 33
Abbildung 11: Faktoren des Nutzlos fühlens 34
Abbildung 12: Retrospektiver Selbstrespekt 35
Abbildung 13: Retrospektive Hindernisse für fehlender Selbstrespekt 36
Abbildung 14: Sich wie ein*e Versager*in fühlen 37
Abbildung 15: Gründe für das Versagen 38
Abbildung 16: Einschätzung des eigenen Körperbildes 39
Abbildung 17: JIMplus-Studie 2026 - FOMO/Verbundenheit 62
Abbildung 18: JIMplus-Studie 2026 - Vergleichsdruck/Horizonterweiterung 64
Abbildung 19: JIMplus-Studie 2026 - Belastung durch problematische Inhalte 66

Abkürzungsverzeichnis

Abb. - Abbildung

ANOVA - Analysis of Variance (Varianzanalyse)

FOMO - Fear of Missing Out (Angst, etwas zu verpassen)

Gen Z - Generation Z

HK - Hauptkategorie (in der qualitativen Inhaltsanalyse)

JIM - Jugend, Information, Medien (Studie des Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest)

M - Mittelwert

mpfs - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

N - Gesamtstichprobengröße

n - Teilstichprobengröße

p - p-Wert (Signifikanzwert)

SD - Standardabweichung

t - Prüfgröße des t-Tests

Hinweis zur sprachlichen Gestaltung

In der vorliegenden Arbeit wird aus Gründen der sprachlichen Inklusivität und Diversität durchgängig eine geschlechtergerechte Ausdrucksweise verwendet. Dabei wird primär auf das Gendersternchen (z. B. *Teilnehmer*innen*) und geschlechtsneutrale Formulierungen wie „*Befragte*“, „*Personen*“ oder „*Jugendliche*“ zurückgegriffen, um neben Frauen und Männern auch andersgeschlechtliche Personen sichtbar zu machen.

1. Einleitung

1.1 Problemaufriss

Soziale Medien sind für die Generation Z („Digital Natives“) ein zentraler Raum zur Identitäts- und Selbstbildentwicklung (Moser, 2014; Assmann et al., 2024). Plattformen wie Instagram, TikTok und YouTube bieten zwar vielfältige Möglichkeiten zur Vernetzung, konfrontieren Heranwachsende jedoch gleichzeitig mit idealisierten, oft stark manipulierten Inhalten und einem permanenten sozialen Vergleich (Götz & Prommer, 2020; Kleemans et al., 2018). In der ohnehin krisenanfälligen Jugendphase führt dies häufig zu einem massiven Konformitäts- und Selbstoptimierungsdruck, sinkender Körperzufriedenheit sowie einer Entfremdung des eigenen Körpers (Lohaus & Vierhaus, 2019; Kleemans et al., 2018; Papageorgiou et al., 2023). Besonders eine frühe Konfrontation mit körperzentrierten Medieninhalten trifft auf instabile Bewältigungsstrukturen und kann den Selbstwert langfristig beeinträchtigen (Meier & Reinecke, 2021; Reimer et al., 2024). Angesichts massiver Nutzungszeiten und steigender psychischer Belastungen ergibt sich ein akuter Handlungsbedarf für die Sozialpädagogik, präventive und medienkompetenzfördernde Ansätze zu entwickeln (Götz & Prommer, 2020; Assmann et al., 2024). Hier setzt die vorliegende explorative Studie an und untersucht den Zusammenhang zwischen Medienkonsum und dem sowohl retrospektiven als auch aktuellen Selbst- und Körperbildes junger Erwachsener der Generation Z.

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Vor dem Hintergrund dieser vielschichtigen Problematik verfolgt die vorliegende Arbeit das übergeordnete Ziel, die komplexen Zusammenhänge zwischen der Nutzung sozialer Medien, der Wahrnehmung medialer Inhalte und der Entwicklung des Selbstbildes bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gen Z empirisch zu untersuchen. Im Zentrum steht dabei die Frage, wie sich der Konsum sozialer Medien auf den Selbstwert sowie auf den empfundenen Selbstoptimierungsdruck und das Körperbild auswirkt. Da mediale Sozialisationsprozesse und deren psychologische Folgen keine isolierten Momentaufnahmen darstellen, nimmt die Arbeit zudem eine retrospektive Perspektive ein. Durch die Rückschau junger Erwachsener auf ihre frühe und mittlere Jugendphase soll analysiert werden, wie sich frühe Medienerfahrungen, Plattformnutzungen und Konfrontationen mit idealisierten oder sexualisierten Inhalten langfristig auf das heutige Selbst- und Körperbild ausgewirkt haben. Die Arbeit verbindet damit theoretische Ansätze der Medienwirkung, der Psychologie und der Entwicklungspsychologie mit einer praxisnahen, multimethodischen Erhebung, um Ansatzpunkte für eine medienkritische und präventive Sozialpädagogik aufzuzeigen.

1.3 Forschungsfragen

Zur Operationalisierung der Zielsetzung und zur systematischen Beantwortung des Untersuchungsgegenstands widmet sich die vorliegende Arbeit folgenden explorativen Forschungsfragen:

- ***Besteht ein Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Selbstwert?***
- ***Welche Rolle spielen wahrgenommene Körperideale?***
- ***Unterscheiden sich Jugendliche und junge Erwachsene?***
- ***Welche Bedeutung hat eine frühe Konfrontation mit stark körperbezogenen/sexualisierten Inhalten?***

1.4 Aufbau der Arbeit

2. Theoretischer Rahmen: Dieser Abschnitt legt das wissenschaftliche Fundament der Arbeit, indem er zentrale Theorien zu sozialen Medien, Medienwirkungsansätzen, Identitätsentwicklung, sozialen Vergleichsprozessen, visueller Kultur, Sexualisierung sowie deren Relevanz für die Sozialpädagogik darstellt.

3. Forschungsstand: Hier wird der aktuelle wissenschaftliche Kenntnisstand zu den Auswirkungen der Social-Media-Nutzung auf Jugendliche aufgezeigt, wobei insbesondere psychische Belastungen, Optimierungsdruck, Identitätsbildung und sexuelle Belästigung im digitalen Raum beleuchtet werden**.**

4. Methodik: Dieser Teil beschreibt das gewählte Mixed-Methods-Forschungsdesign, die Stichprobe der Generation Z, den retrospektiven Online-Fragebogen als Erhebungsinstrument, die quantitative Datenvorbereitung, die qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Rädiker (2024) inklusive forschungsethischer Überlegungen. Zudem werden die methodischen Limitationen der Studie reflektiert.

5. Ergebnisse: In diesem zentralen Kapitel werden sowohl die quantitativen Befunde (Statistiken zur Mediennutzung, Korrelationen und Gruppenunterschiede) als auch die qualitativen Auswertungen präsentiert und miteinander verknüpft, um die Forschungsfragen zu beantworten.

6. Diskussion: Hier werden die gewonnenen Ergebnisse in den theoretischen Kontext eingeordnet.

7. Implikationen für die Sozialpädagogik: Dieser Abschnitt leitet aus den Ergebnissen konkrete Handlungsempfehlungen und professionelle Rollenprofile für die sozialpädagogische Praxis ab.

8. Fazit: Das abschließende Fazit zieht eine zusammenfassende Bilanz der gesamten Arbeit und blickt auf den erreichten Erkenntnisgewinn zurück.

2. Theoretischer Rahmen

2.1 Soziale Medien und Medienwirkungsansätze

2.1.1 Soziale Medien - Begriffserklärung

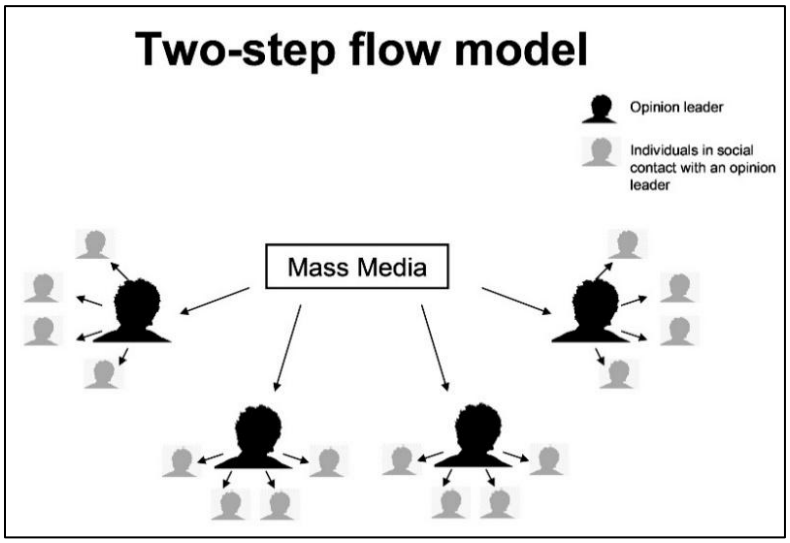
Der Begriff „Soziale Medien“ (eng. Social Media) fungiert als eine übergeordnete Kategorie für digital vernetzte Technologien, welche es Anwender*innen ermöglichen, Informationen einer (Teil-)Öffentlichkeit zugänglich zu machen, sowie soziale Interaktionen zu initiieren oder aufrechtzuerhalten (Armbruster, 2021). Anwendungen qualifizieren sich erst durch die tatsächliche Entstehung vernetzter Kommunikation zwischen Nutzer*innen als soziale Medien (Armbruster, 2021). Die Kommunikation variiert dabei fließend zwischen öffentlichen, gruppenbezogenen und auch interpersonalen Ebenen (Götz & Prommer, 2020).

2.1.2 Überblick klassischer Medienwirkungsmodelle

Die Wissenschaftliche Forschung der Medienwirkung verzeichnet seit dem 20. Jahrhundert eine stetige Evolution. Sie entwickelte sich von der anfänglichen Annahme einer „Allmacht der Medien“ über die Phase einer „begrenzten Medienwirkung“ bis hin zu komplexen konstruktivistischen und rezipient*innenzentrierten Modellen (Jäckel, 2008).

Das Two-Step flow Modell:

Abbildung 1: Two-step flow Modell



Das Two-Step flow Modell (siehe Abb. 1), wie Jäckel anhand Lazarsfeld et al belegt, zeigt, dass Informationen oft nicht direkt wirken, sondern in zwei Stufen fließen: Von Massenmedien zu Meinungsführer*innen *(Opinion Leaders)* und von dort durch interpersonale Kommunikation an wenige aktive Bevölkerungsanteile (Jäckel, 2008).

Das klassische Modell des Two-Step flow erfährt im digitalen Zeitalter durch Influencer*innen eine Renaissance (Geise, 2022). Diese fungieren auf Plattformen wie YouTube oder Instagram

als moderne Meinungsführer*innen, die Informationen bewerten und filtern (Ganguin & Gemkow, 2022). Im Vergleich zu traditionellen Medienpersönlichkeiten erzeugen YouTube-Persönlichkeiten durch Techniken, wie die direkte Adressierung der Kamera eine stärkere Illusion von Nähe und Authentizität (Ganguin & Gemkow, 2022). Dies führt zu einer intensiven parasozialen Bindung, welche die Wirkungskraft vermittelter Botschaften, beispielsweise im Bereich der Produktplatzierungen (Werbevideos), erheblich steigert und psychische Folgen der Zuschauer*innen durch parasoziale Beziehungen fördern kann (Gräßer & Noll, 2022).

Der Uses-Gratifications-Ansatz

Der in den 1970ern entwickelte Uses-and-Gratifications-Approach (Nutzenansatz) betrachtet die Rezipient*innen als zielgerichtet und aktiv handelnd. Dieser Ansatz benutzt Medien selektiv, um spezifische Bedürfnisse wie Unterhaltung, Information oder soziale Interaktion zu befriedigen (Hoffmann, 2007). Dieser Ansatz ist für das Verständnis visueller Plattformen zentral, da die Nutzung dort durch ein hohes Maß an Intentionalität und Aktivität gekennzeichnet ist (Hugger, 2022). Jugendliche verwenden Plattformen wie Instagram o.Ä. gezielt für ihr Informations-, Beziehungs-, und Identitätsmanagement (Autenrieth & Neumann-Braun, 2011). Das Erstellen und Teilen von Bildern, dient dabei als kommunikativer Akt der Selbstdarstellung (Astheimer et al., 2011). Diese visuellen Praktiken sind für den Beziehungsaufbau und die Identitätsentwicklung von entscheidender Bedeutung, was auf den Uses-Gratifications-Ansatz zurückzuführen ist (Autenrieth & Neumann-Braun, 2011).

Langfristige Wirkungsmodelle

Nach den 1970ern rückten subtilere, langfristigere Effekte in den Fokus der Forschung. Die Agenda-Setting-Theorie besagt, dass Medien zwar nicht zwingend bestimmen, was gedacht wird, jedoch die Themen setzen, über die die Öffentlichkeit nachdenkt (Armbruster, 2021; Jäckel, 2008). Die Thematisierungsfunktion der Medien verlagert sich zunehmend von zentralen Redaktionen hin zu algorithmisch gesteuerten Netzwerken (Thimm, 2022). Aufgrund der Vielzahl an Kanälen droht eine Fragmentierung der Agenden, bei der unterschiedliche Nutzer*innengruppen in Abhängigkeit von ihrem individuellen Nutzungsverhalten divergierende Themen als relevant wahrnehmen (Maurer, 2022).

Die Kultivierungshypothese

Diese Theorie verdeutlicht einen nachhaltigen Einfluss medial vermittelter Inhalte auf das Weltbild der Rezipient*innen, wobei insbesondere ein hoher Fernsehkonsum die individuelle Wirksamkeitswahrnehmung in Richtung der dargestellten Medienrealität verzerrt, was sich bei Menschen mit einem hohen Fernsehkonsum beispielsweise in einer überproportionalen Wahrnehmung der Welt als gefährlich äußern kann (Cleppien & Lerche, 2010). Obwohl die Kultivierungsforschung ursprünglich hauptsächlich auf das Fernsehen fokussiert war, sind ihre

Annahmen auf die ständige Verfügbarkeit visueller Reize (zum Bespiel bei Sozialen Medien) übertragbar (Wulf & Lehmann, 2022). Wiederholte visuelle Repräsentationen, wie beispielsweise Schönheitsideale auf Instagram, festigen soziale Stereotype und prägen nachhaltig das Weltbild der Rezipient*innen, was zu gesellschaftlich konsensuellen Meinungen führt. Diese werden auch häufig „Mainstream“ genannt. (Geise & Lobinger, 2012). Konträr zum „Mainstream“-Begriff können durch Algorithmen generierte Filterblasen (Personalisierter Informationsfilter) zudem zu einer extremen Angleichung der Realitätswahrnehmung innerhalb von Gruppen führen, was zur Entstehung von Meinungs- und Bestätigungsräumen beiträgt (Stegbauer, 2022).

2.2 Identitäts- und Selbstbildentwicklung im Jugendalter

Die Identitätsbildung stellt die zentrale Entwicklungsaufgabe des Jugendalters dar, wobei der Prozess der Selbstwerdung durch verschiedene theoretische Perspektiven greifbar gemacht werden kann (Lohaus & Vierhaus, 2019). Um im folgenden Kapitel die Komplexität dieser Entwicklungsphase zu erfassen, müssen sowohl die psychoanalytischen Wurzeln als auch kognitive moderne, gesellschaftstheoretische Ansätze betrachtet werden.

Theoretische Perspektive der Identitätsentwicklung

Innerhalb der psychoanalytischen Praxis beschreibt Erikson verschiedene Stufen der Psychosozialen Entwicklung. Er beschreibt das Jugendalter als ein Stadium, das durch den Konflikt der „Identität gegen Rollenkonfusion“ geprägt ist (Lohaus & Vierhaus, 2019). Hierbei obliegt es dem Individuum, eine Kohärenz zwischen den frühen Erfahrungen der Kindheit und den gegenwärtigen sowie zukünftigen Sozialen Anforderungen herzustellen (Lohaus & Vierhaus, 2019; Noack, 2005). Identität wird somit nicht als statisches Gebilde, sondern als ein Prozess begriffen, der gleichermaßen im Kern des Individuums wie auch in den Strukturen seiner gemeinschaftlichen Kultur verankert ist (Noack, 2005).

Ergänzend hierzu differenziert James Marcia vier Identitätsstadien, welche über Dimensionen des Krisenlebens und der inneren Verpflichtung definiert sind (Lohaus & Vierhaus, 2019). Nach Marcia lassen sich die vier Identitätsstadien wie folgt unterscheiden (Lohaus & Vierhaus, 2019): Die diffuse Identität ist durch fehlende Werte und mangelnde Veränderungsbereitschaft gekennzeichnet. Bei der übernommenen Identität wurden Werte von Autoritätspersonen wie den Eltern ohne eigene Prüfung oder Krise übernommen. Das psychosoziale Moratorium beschreibt eine aktive Such- und Krisenphase des Experimentierens mit verschiedenen Alternativen ohne feste Verpflichtung. Die erarbeitete Identität stellt das stabilste Stadium dar, in dem nach überstandener Krise bewusst eigene Werte und Ziele gewählt wurden (Lohaus & Vierhaus, 2019).

Selbstwert und Körperwahrnehmung als zentrale Konstrukte der Identität

Der Selbstwert fungiert als affektive Komponente des Selbstkonzepts und resultiert aus der subjektiven Bewertung der eigenen Person (Lohaus & Vierhaus, 2019). Im Entwicklungsverlauf zeigt sich durch die Querschnittstudie, dass das Selbstwertgefühl von der mittleren Kindheit an kontinuierlich sinkt und in der späten Jugend seinen Tiefpunkt erreicht (Lohaus & Vierhaus, 2019). Diese Abwärtsbewegung ist darauf zurückzuführen, dass Jugendliche ihr Selbstbild zunehmend an realistischeren Fremdurteilen und sozialen vergleichen ausrichten, anstatt an einem vormals unrealistischen positiven Selbstbild festzuhalten (Lohaus & Vierhaus, 2019). Hierbei zeigen sich geschlechtsspezifische Divergenzen: Mädchen weisen im Jugendalter häufiger eine negativere Selbstentwicklung auf als Jungen, was unter anderem auf eine kritischere Körperwahrnehmung und eine Tendenz zu einem „grübelndem“ Bewältigungsstil zurückgeführt werden kann (Lohaus & Vierhaus, 2019). Ein stabiler Selbstwert fungiert in diesem Kontext als essenzieller Schutzfaktor gegen psychosoziale Belastungen, wie Straffälligkeit, mentale Belastungen oder Substanzkonsum, wohingegen ein niedriger Selbstwert mit einer erhöhten Unsicherheit und Instabilität im gesamten Selbstbild einhergeht (Lohaus & Vierhaus, 2019). Die Wahrnehmung des eigenen Körpers, das sogenannte Körperselbstkonzept, rückt während der pubertären Veränderung massiv in das Zentrum der Identitätsarbeit (Lohaus & Vierhaus, 2019). In einer Gesellschaft, in der traditionelle Sicherheiten schwinden, fungiert der Körper als unverrückbarer Bezugspunkt der Identität, an dem sich die eigene Existenz validieren lässt (Keupp, 2003). Zudem dient der Körper als Medium der Selbstdarstellung, der zum Objekt individualisierter gestaltungswünsche und ästhetischer Projektionen wird. Fitness und physische Attraktivität werden dabei zu entscheidenden mitteln, um soziale Anerkennung und Zugehörigkeit anhand des Körpers zu erlangen (Keupp, 2003). In diesem Prozess wird die Körperzufriedenheit zunehmend durch (digitale) Ideale beeinflusst, wobei insbesondere die Konfrontation mit manipulierten Inhalten nachweislich zu einem schlechteren Körperbild führt (Kleemans et al., 2018).

2.3 Soziale Vergleichsprozesse

Um das Selbstbild im Kontext der digitalen Kommunikation zu verstehen, ist die Auseinandersetzung mit der psychologischen Fundierung menschlicher Vergleichsprozesse unerlässlich. Die von Leon Festinger (1954) begründete Social Comparison Theory postuliert, dass ein grundlegender Antrieb im menschlichen Organismus existiert, die eigenen Meinungen und Fähigkeiten einer Bewertung zu unterziehen. In Abwesenheit objektiver, nicht-sozialer Maßstäbe evaluieren Menschen ihre Ansichten und Fertigkeiten durch den Vergleich mit anderen Personen (Festinger, 1954). Dieser Prozess erfüllt die psychologische Funktion, Unsicherheiten in bestimmten Lebensbereichen zu reduzieren (Kaspar, 2022). Dabei unterliegt der Mensch einer Tendenz sich bevorzugt mit Personen zu vergleichen, die in ihren Meinungen oder Fähigkeiten eine hohe Ähnlichkeit zu einem selbst aufweisen; ein Mangel an solchen

Vergleichsmöglichkeiten kann hingegen zu einer Instabilität der eigenen Selbsteinschätzung führen (Festinger, 1954).

Differenzierung von Vergleichsrichtung

In der psychologischen Forschung werden primär zwei Richtungen des sozialen Vergleichs unterschieden, die jeweils unterschiedliche Auswirkungen auf die Selbstwahrnehmung haben:

- **Aufwärtsvergleich**: Bei dieser Form vergleicht sich ein Individuum mit Personen, die auf einer spezifischen Bewertungsdimension als überlegen wahrgenommen werden (Kaspar, 2022; Schramm & Hartmann, 2007). Während dieser Prozess unter Umständen positive Effekte wie Inspiration oder eine gesteigerte Arbeitsmotivation nach sich ziehen kann, sofern er in einem „gutartigen Neid" resultiert, birgt er auch erhebliche Risiken (Kaspar, 2022). Die Verdeutlichung eigener Mängel kann bei wiederholten Aufwärtsvergleichen zu einer Minderung des Selbstwertgefühls sowie zur Entstehung von Depressivität beitragen (Schramm & Hartmann, 2007; Süss, 2007).
- **Abwärtsvergleich**: Im Gegensatz dazu erfolgt dieser Vergleich mit Personen, die als erfolgloser, unattraktiver oder generell schlechter gestellt wahrgenommen werden. Solche Vergleiche werden häufig als effektive Strategie zur Bewältigung negativer Lebensereignisse genutzt und dient primär dem Schutz oder der aktiven Steigerung des Selbstwertes (Kaspar, 2022; Schramm & Hartmann, 2007).

Soziale Medien als Katalysator für Vergleichsprozesse

Auf Plattformen wie Instagram, Facebook oder YouTube gewinnen diese theoretischen Prozesse eine neue Dimension, da sie dem Individuum eine nahezu unbegrenzte Fülle an sozialen Vergleichsinformationen bereitstellen (Kaspar, 2022). Besonders bedeutsam sind hierbei Peer-Vergleiche: Nutzer*innen tendieren dazu, sich vermehrt mit Gleichaltrigen zu vergleichen, da diese als relevanter für die eigene Identitätsfindung und als „ähnlicher" wahrgenommen werden als prominente Vorbilder (Kleemans et al., 2018). Die digitale Umgebung ist dabei durch einen „Sichtbarkeitswettbewerb" gekennzeichnet, in dem Individuen permanent versuchen, ein Gleichgewicht zwischen der Inszenierung von Einzigartigkeit und der gleichzeitigen Anpassung an soziale Normen zu finden (von Gross, 2022). Dies erzeugt einen spürbaren Konformitätsdruck: Da mediale Darstellungen häufig als Repräsentation der Mehrheitsmeinung missinterpretiert werden, neigen Individuen dazu, ihre eigenen Urteile aus Angst vor sozialer Isolation an diese vermeintlichen Standards anzupassen (Meltzer, 2017).

2.4 Die visuelle Kultur in sozialen Medien

In der heutigen visuellen Kultur, die insbesondere von bildzentrierten Plattformen wie Instagram, Snapchat oder TikTok geprägt ist, spielen die Konzepte der Inszenierung, der Filter und der digitalen Optimierung eine zentrale Rolle bei der Konstruktion und Vermittlung von Körperidealen (Götz & Prommer, 2020). Diese Mechanismen beeinflussen maßgeblich, wie Jugendliche ihre Identität darstellen und wie sie ihre Umwelt wahrnehmen (Götz & Prommer, 2020).

Mechanismen der visuellen Selbstdarstellung

Die Inszenierung in sozialen Medien beschreibt die gezielte und oft hochgradig professionalisierte Darstellung des eigenen Ichs, um ein bewusstes „Impression Managment" zu betreiben (Autenrieth & Neumann-Braun, 2011). „Impression Managment" nach Autenrieth & Neumann-Braun (2011) bezeichnet die strategische Logik hinter der gezielten Auswahl von Selbstdarstellungsmotiven, um andere Personen bewusst zu beeindrucken. Für Influencer*innen ist dies fester Bestandteil eines strategischen Selbst-brandings (Selbstvermarktung), bei dem Gesicht und Körper als zentrale Markenattribute dienen (Götz & Prommer, 2020). Dabei greifen Nutzer*innen häufig auf typisierte Muster zurück, die oft traditionelle Geschlechterrollen reproduzieren: Während sich Frauen häufig als erotisch und attraktiv, sympathisch und naiv oder schön und nebenbei fotografiert präsentieren, inszenieren sich Männer vermehrt als aktiv, dominant, unabhängig oder sportlich/muskulös (Götz & Prommer, 2020). Diese Inszenierung kann bei Frauen als „postfeministische Maskerade" verstanden werden, welche eine unbeschwerte Weiblichkeit zelebriert, dabei jedoch die immense Arbeitszeit sowie reale Machtverhältnisse verschleiert, die hinter dem perfekten Auftritt stehen (Götz & Prommer, 2020). Ergänzt wird die Inszenierung durch den Einsatz von Filtern (Götz & Prommer, 2020). Diese ermöglichen eine automatisierte Ästhetisierung, bei der Helligkeit, Kontraste, Weichzeichner oder Farbsättigung ohne großen Aufwand angewandt werden (Götz & Prommer, 2020; Kleemans et al., 2018). Die ständige Verfügbarkeit solcher Filter führt jedoch zu einer schleichenden Verschiebung der Wahrnehmung dessen, was als „natürlich" gilt (Götz & Prommer, 2020). Da tiefgehende Manipulationen, etwa an Gesichtsformen oder Körperkonturen, oft nicht bewusst als solche erkannt werden, führt dies zu einer problematischen „Naturalisierung des Künstlichen" (Kleemans et al., 2018).

Normierung durch digitale Optimierung

Die digitale Optimierung stellt eine gezielte Korrektur von Merkmalen wie Haut, Haaren oder Körperproportionen dar, um ein idealisiertes Bild zu erzeugen (Götz & Prommer, 2020). Diese Optimierung ist nicht rein digitaler Natur, sondern korrespondiert mit der realen Arbeit am Körper, etwa durch Fitness und Ernährung, um dem Ideal zu entsprechen (Götz & Prommer, 2020; Kleemans et al., 2018). Der Körper wird hierbei zum Objekt individualisierter

Gestaltungswünsche und zum Symbol universeller Leistungsbereitschaft, mit dem soziale Anerkennung innerhalb der Peer-Group erkauft werden soll (Keupp, 2003). Paradoxerweise führt die intensive Beschäftigung mit der Optimierung des eigenen Bildes oft zu einer Abnahme der Körperzufriedenheit. Erhalten Nutzer*innen für ein optimiertes Bild positive Rückmeldungen in Form von „Likes“, verstärkt dies häufig das Gefühl, dass der reale, ungeschönte Körper unerwünscht sei (Götz & Prommer, 2020). Die Wahrnehmung von Normkörpern verschiebt sich infolgedessen hin zu einer digital geschaffenen Ästhetik, die durch Retusche (z.B. schmalere Taille) erst möglich gemacht wird (Kleemans et al., 2018). Da mediale Darstellung oft als Repräsentation der Mehrheitsmeinung wahrgenommen wird, führt die visuelle Kultur zu einem Konformitätsdruck, der Individuen dazu veranlasst, ihre Urteile an die medial verarbeiteten Standards anzupassen (Autenrieth & Neumann-Braun, 2011; Meltzer, 2017).

Die zentrale Rolle der Influencer*innen-Kultur

Die Influencer*innen-Kultur hat sich als zentraler Akteur etabliert, der durch eine vermeintliche Authentizität ein enges Vertrauensverhältnis zu seinen Followern aufbaut (Götz & Prommer, 2020; Papageorgiou et al., 2023). Influencer*innen reproduzieren dabei häufig einseitige, stereotyp geprägte Körperideale (Götz & Prommer, 2020). Dies zeigt sich besonders in der exzessiven Körperoptimierung, bei der beispielsweise gewisse Körperproportionen (z.B. eine extrem geringe „Waist-to-Hip-Ratio“) propagiert werden, die auf natürliche Wege oft unerreichbar sind und oft durch verstecke Schönheitseingriffe oder Bildbearbeitung entstanden sind (Götz, 2014). Dieser Druck wirkt besonders normativ, da Influencer*innen oft als nahbare Peers wahrgenommen werden, was den sozialen Vergleich und den Wunsch nach Validierung durch Interaktionen wie „Likes“ oder Kommentare verstärkt (Papageorgiou et al., 2023). Besonders Mädchen sind hierbei gefährdet, da sie ihren realen Körper angesichts medial perfektionierter Standards als defizitär wahrnehmen (Papageorgiou et al., 2023). Die Internalisierung dieser künstlichen Standards steht in einem, nachweislichen Zusammenhang mit psychosomatischen Risiken, darunter die Entwicklung depressiver Episoden und Essstörungen, da der reale Körper dem medialen Ideal niemals vollumfänglich entsprechen kann (Götz & Prommer, 2020; Kleemans et al., 2018).

2.5 Sexualisierte Darstellung im digitalen Raum

In der zeitgenössischen visuellen Kultur sozialer Medien hat sich eine zunehmende Sexualisierung von Inhalten etabliert, die eng mit den Mechanismen der digitalen Selbstdarstellung verknüpft ist. Von einer Sexualisierung wird gesprochen, wenn Individuen primär über Ihren „Sexual-Appeal“ definiert oder Personen als Objekte für den sexuellen Gebrauch anderer instrumentalisiert werden (Papageorgiou et al., 2023). Dieser Prozess des „Sexuell-Machens“ ist tief in Macht- und Dominanzverhältnissen verankert (Buecken et al., 2026). Auf bildorientierten Plattformen korreliert das Selbstsexualisieren häufig mit einer strategischen Inszenierung, bei

der der Körper zum zentralen Medium wird, um Aufmerksamkeit, sozialen Status und algorithmische Belohnungen zu generieren (Bamberger et al., 2023; Götz & Prommer, 2020).

Abgrenzung: Sexualisierte Inhalte und Pornografie

Die Grenzen zwischen erotisch aufgeladenen Inhalten und klassischer Pornografie verschwimmen im digitalen Raum zunehmend, was den Prozess einer gesellschaftlichen „Pornografisierung" verdeutlicht, bei der Übergänge von kommerzieller Werbung zu expliziten Inhalten kaum noch wahrnehmbar sind (Bernhard & Böhnisch, 2015; Ziemen, 2023).

Die Unterscheidung zwischen sexualisierten Inhalten in sozialen Medien und klassischer Pornografie lässt sich anhand verschiedener Merkmale vornehmen. Hinsichtlich der inhaltlichen Gestaltung zeigen sexualisierte Inhalte in sozialen Medien erotisch-provokative Posen und Kleidung sowie eine Betonung von Haut und Geschlechtsmerkmalen, die keine direkten sexuellen Aktivitäten beinhalten (Götz & Prommer, 2020; Ziemen, 2023). Im Gegensatz dazu umfasst Pornografie eine direkte und detaillierte Darstellung nackter Körper sowie sexueller Handlungen (Ziemen, 2023). Auch in der Zielsetzung unterscheiden sich die beiden Bereiche deutlich: Während sexualisierte Inhalte in sozialen Medien primär auf Aufmerksamkeit, ästhetische Veredelung und „Fame" gerichtet sind (Götz & Prommer, 2020), zielt Pornografie vor allem auf sexuelle Stimulation und reinen Lustgewinn ab (von Gottberg, 2014). Schließlich unterscheidet sich auch der Kontext. Sexualisierte Inhalte in sozialen Medien sind eng in das alltägliche soziale Leben und die persönliche Selbstvermarktung eingebettet (Bamberger et al., 2023), wohingegen Pornografie häufig abstrahiert von konventionellen zwischenmenschlichen Bezügen konsumiert wird (von Gottberg, 2014).

Die Normalisierung von Attraktivität und Geschlechterkonstruktion

Medien fungieren als "Wirklichkeitsgeneratoren", die unser Selbstverständnis grundlegend prägen (Vollbrecht, 2014). Sie konstruieren geschlechterspezifische Identitätsangebote, indem sie zwischen „typisch männlich" und „typisch weiblich" differenzieren (Götz, 2014). Dabei dominiert oft ein „männlicher Blick" (male gaze), der durch die Produktionsbedingungen geprägt ist und Frauen gezielt zu Objekten der Begierde stilisiert (Götz, 2014). Dieser Fokus auf physische Attraktivität als Erfolgsbedingung wird durch Empfehlungsalgorithmen verstärkt, die den Mainstream sowie stereotype Körperbilder und Geschlechterrollen bevorzugen (Bamberger et al., 2023). Jugendliche Influencer*innen greifen auf diese Muster zurück, indem sie sich in stereotype Rollen wie der „erotisch attraktiven Frau" inszenieren (Götz & Prommer, 2020). Durch die Kombination aus gezielten Posen, freizügiger Kleidung und digitaler Bildbearbeitung werden diese Darstellungen normalisiert und als neue ästhetische Standards internalisiert (Götz & Prommer, 2020). Da algorithmische Strukturen diese Inhalte mit erhöhten Interaktionen belohnen, entsteht ein massiver Konformitätsdruck: Jugendliche fühlen sich genötigt, sich

ebenfalls sexualisiert zu präsentieren, um soziale Anerkennung innerhalb ihrer Peergroup zu erlangen (Papageorgiou et al., 2023).

Psychosoziale Gefahren und Entwicklungsrisiken

Die ständige Exposition gegenüber sexualisierten Inhalten birgt für Kinder und Jugendliche, die mediale Inhalte oft direkt auf ihre eigene Lebenswelt beziehen, erhebliche Risiken (von Gottberg, 2014). Die Internalisierung der Perspektive eines/einer äußeren Betrachter*in führt nicht selten zur Selbstobjektivierung (der Bewertung des eigenen Körpers als reines Objekt), was im engen Zusammenhang mit Essstörungen und depressiven Symptomen steht (Papageorgiou et al., 2023). Zusätzlich verschärft sich die Problematik durch soziale Spannung: Während der Druck zur sexualisierten Selbstdarstellung für Akzeptanz sorgt, führt ein Überschreiten der subjektiv gesetzten Grenzen innerhalb der Peergroup paradoxerweise häufig zu Mobbing und Angriffen (Bamberger et al., 2023). Überdies eröffnet die öffentliche sexualisierte Darstellung einen direkten Raum für Gefährdung durch Dritte (Bamberger et al., 2023). Ebenso stellt das sogenannte „Cybergrooming“ eine manipulative Täterstrategie dar (Bamberger et al., 2023). Hierbei bauen Erwachsene (oft unter der Nutzung von Fake-Profilen) Vertrauen auf, um Minderjährige schrittweise an sexualisierte Themen und Handlungen heranzuführen, was für deren psychisches Wohlbefinden gravierende Folgen hat (Arden et al., 2026; Bamberger et al., 2023).

2.6 Relevanz für die Sozialpädagogik

Die heutige Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen ist faktisch als Medienwelt zu begreifen (Tillmann, 2022). Da mediale Prozesse Sozialisation, Bildung und Identitätsentwicklung konstitutiv mitbestimmen, fungiert die Sozialpädagogik als essenzielle Vermittlungsebene zwischen dem Medienalltag der Heranwachsenden und ihrem aktiven Medienhandeln (Cleppien & Lerche, 2010). Die theoretische Relevanz der Disziplin verschiebt sich dabei zunehmend: Während früher der „Access Divide“, die bloße Frage des Zugangs zu digitalen Geräten, dominierte, steht heute die Frage der tatsächlichen Wirksamkeit der Teilnahme im Vordergrund (Hartung, 2010). Dies wird als der sogenannte „Voice Divide“ bezeichnet (Hartung, 2010). Sozialpädagogische Arbeit muss daher Adressat*innen befähigen, ihre Interessen im Netz artikulieren zu können, anstatt wie bei benachteiligten Gruppen, die das Netz primär passiv zur Unterhaltung nutzen, während privilegierte Gruppen es produktiv für Bildung und Partizipation einsetzen (Kutscher, 2010). Zudem muss die Profession einem „Silencing Effect“ entgegenwirken, bei dem Betroffene digitaler Gewalt, wie etwa Cybermobbing, sich aus öffentlichen Diskursen zurückziehen; hier ist ein pädagogisches Eingreifen zur Sicherung des Teilhabeprozesses zwingend erforderlich (Reimer et al., 2024).

Spezialisierte Handlungsfelder und Rollenprofile

Die in der heutigen Gesellschaft fortschreitende Digitalisierung hat zur Ausdifferenzierung neuer spezialisierter Handlungsfelder und Rollen geführt, die den professionellen Umgang mit den Risiken und Chancen des digitalen Raums professionalisieren soll:

- **Digital Streetwork & Online-Beratung:** Fachkräfte begeben sich aktiv in die digitalen Lebensräume, wie soziale Medien und Messenger-Dienste, um dort Beratung anzubieten (Aldendorff, 2024). Diese Form des e-social Work erreicht insbesondere ein schwer zu erreichendes Klientel, für die konventionelle Hilfeformen oft Hürden darstellen (Aldendorff, 2024).
- **Medienpädagogische Spezialisierungen:** In Schulen und Jugendeinrichtungen wächst der Bedarf an Fachkräften, die gezielt Media-Literacy vermitteln. Diese Medienkompetenz bezeichnet die Fähigkeit und Bereitschaft, Medienangebote sachgerecht, selbstbestimmt, kreativ und sozial verantwortlich zu nutzen, kritisch zu bewerten und selbst zu gestalten (Aßmann et al., 2024; Glodek et al., 2024). Dies umfasst ebenso die Steuerung von Präventionsprogrammen gegen Cybermobbing oder Cybergrooming (Papageorgiou et al., 2023).

Bestehende Praxis und methodische Ansätze

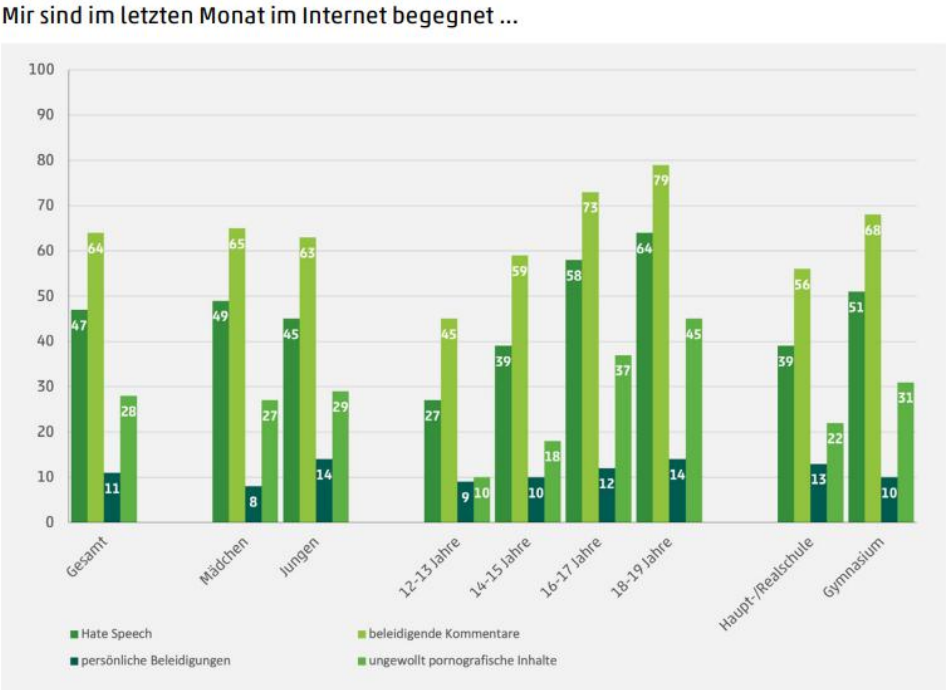
Die Sozialpädagogik leistet bereits einen signifikanten Beitrag zur medienkritischen Identitätsarbeit (Tillmann, 2022). Durch aktive Medienarbeit, etwa in Form von Video- oder Fotoprojekten, erhalten Jugendliche Räume für Selbstwirksamkeitserfahrungen und die reflexive Bearbeitung ihres Selbstbildes (Kunczik & Zipfel, 2010). In non-formalen Bildungsräumen wie Jugendzentren wird Jugendlichen zudem geholfen, Medieneinflüsse kritisch zu hinterfragen (Tillmann, 2022).

3. Forschungsstand

Der aktuelle Forschungsstand zum Zusammenhang zwischen der Nutzung sozialer Medien und dem Selbstwertgefühl zeichnet ein Bild, das durch eine insgesamt kleine, jedoch konsistente negative Korrelation geprägt ist (Meier & Reinecke, 2021). Dabei zeigen Meta-Analysen, dass die reine Nutzungsdauer oft nur schwach mit dem Selbstwertgefühl assoziiert ist, während sich deutlich stärkere Zusammenhänge bei einer intensiven Nutzung spezifischer sozialer Netzwerke ergeben (Meier & Reinecke, 2021). Positives Feedback kann das Selbstwertgefühl zwar kurzfristig steigern, während negative Rückmeldungen wie Hate Speech oder Mobbing zu belastenden Effekten führen (Bamberger et al., 2023), jedoch korreliert eine passive Nutzung im Gegensatz zu einer aktiven Nutzung häufiger mit Neid, Einsamkeit und einem sinkenden Selbstwert (Götz & Prommer, 2020). Ein suchtähnliches Nutzungsverhalten geht im Rahmen der „Social Media Disorder“ zudem mit depressiven Symptomen und einem niedrigeren Selbstwert einher (Kammerl et al., 2022).

Psychische Belastungen

Abbildung 2: JIM-Studie 2025 - Psychische Belastungen (N=1200)



Die JIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (2025) verdeutlicht in diesem Kontext erhebliche psychosoziale Belastungen: 68 Prozent der Jugendlichen berichten von einem Kontrollverlust hinsichtlich der Nutzungsdauer, und 21 Prozent fühlen sich überfordert, wobei Mädchen mit 26 Prozent stärker betroffen sind als Jungen mit 15 Prozent. Ebenso begegnen Jugendliche im Internet laut der JIM-Studie 2025 (siehe Abb. 2) regelmäßig belastenden Inhalten: Von insgesamt 1200 befragten Jugendlichen stoßen 64% auf beleidigende

Kommentare, 47% auf Hate Speech, 28% auf ungewollt pornografische Inhalte und 11% auf persönliche Beleidigungen. Mit steigendem Alter nimmt diese Konfrontation deutlich zu, während in der Gruppe der 12- bis 13-Jährigen 45 beleidigende Kommentare wahrnehmen, sind es bei den 18- bis 19-Jährigen 79%.

Optimierungsdruck

Die Forschungslage belegt zudem konsistent eine negative Korrelation zwischen der Mediennutzung und der Körperzufriedenheit (Meier & Reinecke, 2021), da die ständige Konfrontation mit idealisierten und optimierten Darstellungen zu einer gesteigerten Kritik am eigenen Erscheinungsbild führt (Götz & Prommer, 2020). Auf bildzentrierten Plattformen vollziehen Jugendliche ständige Aufwärtsvergleiche mit Influencer*innen oder Peers, wobei deren bearbeitete Körperbilder als erreichbare Standards wahrgenommen werden und den Konformitätsdruck innerhalb der Peergroup massiv erhöhen (Papageorgiou et al., 2023). Die aktive Bildoptimierung durch Filter-Apps führt dabei zu einer Form der Selbstobjektivierung, bei der Jugendliche ihren Körper primär nach dessen ästhetischem Nutzwert bewerten (Götz & Prommer, 2020; Papageorgiou et al., 2023).

Identitätsbildung

In Bezug auf das Lebensalter verdeutlicht der Forschungsstand, dass die kognitive Entwicklung und die Identitätsbildung die Verarbeitung von Medienkonfrontationen maßgeblich beeinflussen (Assmann et al., 2024). Da pubertäre Veränderungen das Körperselbstkonzept in den Fokus rücken, stellt die Phase zwischen dem 12. und 15. Lebensjahr einen Zeitraum dar, in dem die Auseinandersetzung mit Schönheitsidealen besonders intensiv verläuft (Bamberger et al., 2023; Lohaus & Vierhaus, 2019). Während sich der Selbstwert in der Kindheit kaum unterscheidet, sinkt dieser bei Mädchen mit zunehmendem Alter bis in die Jugend kontinuierlich ab, was auf die Internalisierung unrealistischer Schönheitsnormen zurückgeführt wird (Lohaus & Vierhaus, 2019). Experimentell ist zudem nachgewiesen, dass insbesondere Mädchen im Alter von 14 bis 18 Jahren unmittelbar mit einer reduzierten Körperzufriedenheit auf manipulierte Fotos reagieren, da Peers in dieser Phase als primärer Vergleichsmaßstab dienen (Kleemans et al., 2018). Da Nutzer*innen die Manipulationen der präsentierten Bilder oft nicht als solche erkennen, wächst der psychologische Druck, unerreichbaren Idealen entsprechen zu müssen (Kleemans et al., 2018). Diese Dynamik verdeutlicht, warum eine intensive Nutzung sozialer Medien in Meta-Analysen mit einem Anstieg depressiver Symptome in Verbindung gebracht wird. Dies ist ein Zusammenhang, der maßgeblich durch den ständigen Vollzug aufwärtsgerichteter sozialer Vergleiche erklärt wird (Meier & Reinecke, 2021).

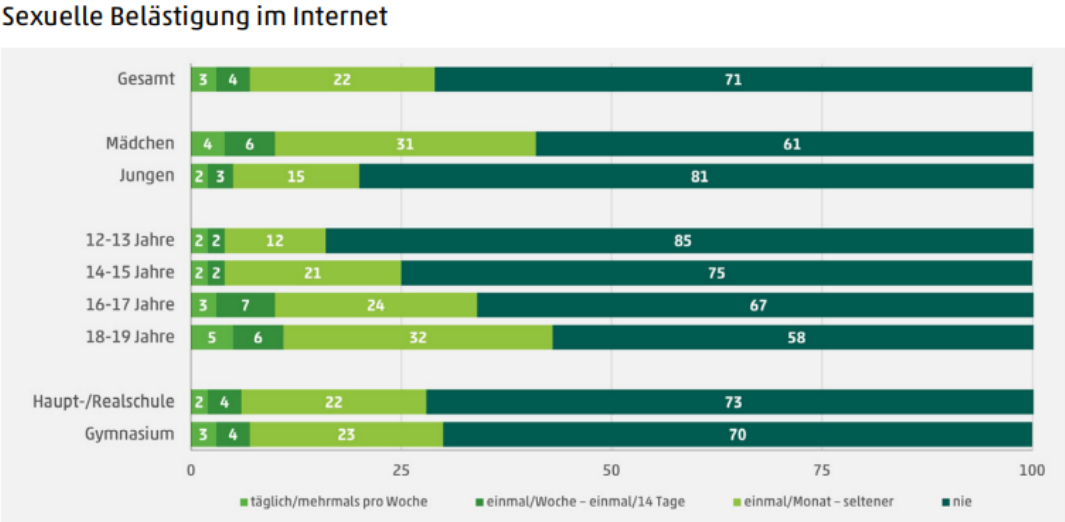
Generation Z

Im Vergleich zu älteren Generationen weist die Generation Z einen tiefgehend veränderten Umgang mit sozialen Medien auf (Assmann et al., 2024; Moser, 2014), für die das Internet einen konstitutiven Bestandteil des Alltags und der Identitätsentwicklung darstellt (mpfs, 2025). Die JIM-Studie (2025) belegt, dass das Smartphone für 98 Prozent das dominierende Leitgerät ist (mpfs, 2025). Da die Generation Z primär hochvisuelle soziale Medien nutzt (Götz & Prommer, 2020) und der Körper zum Hauptmedium der Selbstdarstellung geworden ist, resultiert ein erhöhter Perfektionsdruck durch die ständige öffentliche Bewertung des Aussehens (Bamberger et al., 2023).

Sexuelle Belästigung auf sozialen Medien

Schließlich ist die digitale Lebenswelt von vielfältigen Formen der Sexualisierung geprägt, die sich im Netz durch grenzüberschreitende Handlungen sowie objektivierende Darstellungen zeigen (Andersen & Trippelt, 2018). Laut Vogelsang (2022) haben bereits 27,6 Prozent der Jugendlichen entsprechende Bilder versendet und 54,7 Prozent solche erhalten (Vogelsang, 2022).

Abbildung 3: JIM-Studie 2025 - Sexuelle Belästigung im Internet (N=1200)



Laut der JIM-Studie 2025 (siehe Abb. 4) mit insgesamt 1.200 Proband*innen haben insgesamt 29 % der befragten Jugendlichen Erfahrungen mit sexueller Belästigung im Internet gemacht: 3 % erleben dies täglich oder mehrmals pro Woche, 4 % einmal pro Woche bis einmal im Monat bzw. alle 14 Tage, und 22 % seltener bis einmal im Monat. 71 % geben an, noch nie davon betroffen gewesen zu sein. Mit dem Alter steigt die Häufigkeit deutlich an: Während in der Gruppe der 12- bis 13-Jährigen 85 % angeben, so etwas noch nie erlebt zu haben, sind es bei den 18- bis 19-Jährigen nur noch 58 %, wodurch hier 42 % von sexueller Belästigung berichten. Zudem sind Mädchen (39 % bei 50 % Mädchenanteil) deutlich häufiger betroffen als Jungen (19 %).

4. Methodik

4.1 Forschungsdesign

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde ein Mixed-Methods-Ansatz gewählt, da die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes durch die Anwendung eines einzelnen Standardverfahrens nicht in hinreichendem Maße erfasst werden kann. Während qualitative und quantitative Forschungsdesigns in der wissenschaftlichen Praxis über lange Zeit hinweg separiert betrachtet wurden, setzen sich zunehmend die Erkenntnisse durch, dass die methodische Triangulation beider Ansätze einen erheblichen Erkenntnisgewinn ermöglicht, da sich die jeweiligen Stärken ergänzen und methodische Limitationen kompensiert werden (Hopf & Kuckartz, 2016). Die Entscheidung für diese methodische Vorgehensweise begründet sich vorliegend durch den explorativen Charakter des Themenfelds, das sich als hochaktuell erweist und eine Vielzahl miteinander verknüpfter Teilaspekte umfasst. Aufgrund der Notwendigkeit, einerseits tiefgehende Einblicke in die individuellen Biografien der Proband*innen zu gewinnen und andererseits relevante strukturelle sowie quantitative Aspekte abzubilden, stellt die Kombination der Ansätze das adäquate Vorgehen dar. Während die quantitativen Erhebungen als strukturelles Gerüst fungieren, das den empirischen Rahmen abdeckt, bildet die qualitative Analyse die Hauptvertiefung. Dieses Vorgehen erlaubt es über die bloße Erfassung statistischer Trends hinaus in die Tiefe der individuellen Erlebnisse einzutauchen und dadurch besonders gehaltvolle und detaillierte Daten zu generieren, die ein ganzheitliches Verständnis der Thematik ermöglichen.

4.2 Stichprobe und Feldzugang

Die Auswahl der Stichprobe orientiert sich an der Definition des Pew Research Centers (Dimock, 2019), welches die Generation Z als den Geburtsjahrgang 1997 bis 2012 klassifiziert. Für das vorliegende Forschungsdesign wurde eine Alterspanne von 18 bis 28 Jahren festgelegt, um die Zielgruppe der jungen Erwachsenen präzise einzugrenzen. Die untere Altersgrenze von 18 Jahren wurde aus ethischen Erwägungen gewählt, um die psychische Belastung bei der Bearbeitung potenzieller sensibler oder intimer Fragestellungen zu minimieren. Die obere Altersgrenze von 28 Jahren wurde zum Zeitpunkt der konzeptionellen Planung der Studie festgelegt, da zu jenem Zeitpunkt das Höchstalter der Geburtskohorte von 1997 bei 28 Jahren lag. Obwohl sich das Alter der Zielgruppe im weiteren Verlauf der Erhebung teilweise auf 29 Jahre erhöhte, wurde die ursprüngliche Altersbegrenzung aus Gründen der methodischen Konsistenz beibehalten. Ein kontinuierliches Anpassen der Stichprobeneingrenzung an den fortschreitenden Zeitverlauf hätte eine stetige Veränderung des Erhebungsrahmens zur Folge gehabt. Um eine geschlossene und valide Kohorte zu gewährleisten, wurde daher an der initialen Festlegung

festgehalten, die den konzeptionellen Rahmen des Erhebungsinstruments maßgeblich definierte.
Die Datenerhebung erfolgte durch eine nicht-probabilistische Stichprobenziehung, bei der primär ein Gelegenheitsstichprobenverfahren zur Anwendung kam, welches an einigen Punkten durch ein Schneeballverfahren ergänzt wurde. Die Akquise der Proband*innen wurde hierbei über soziale Medien, persönliche Netzwerke sowie die Verteilung von Flyern realisiert, um eine möglichst hohe Reichweite innerhalb der Zielgruppe zu erzielen. Unterstützt wurde dieser Prozess durch die Aufforderung an manche Teilnehmer*innen, den Fragebogen innerhalb ihres eigenen Bekannt*innenkreises zu distribuieren. Zur Erzielung einer validen Datenbasis, die sowohl die quantitative als auch die qualitative Dimension des Forschungsstandes ausreichend abbildet, wurde eine Stichprobengröße von 50 Proband*innen festgelegt ($N = 50$).

Im Hinblick auf die methodische Einordnung ist zu berücksichtigen, dass das gewählte Verfahren keine statistische Repräsentativität im Sinne einer Zufallsstichprobe gewährleisten kann, da die Auswahl der Teilnehmer*innen nicht auf einer randomisierten Selektion beruht und eine Übertragbarkeit auf die Grundgesamtheit der 18- 29- Jährigen in Deutschland nur eingeschränkt möglich ist.

4.3 Erhebungsinstrument: Retrospektiver Online-Fragebogen

4.3.1 Struktur und Aufbau des Fragebogens

Das Erhebungsinstrument wurde als teil-retrospektiver Online-Fragebogen konzipiert, um sowohl quantitative als auch qualitative Daten zur Selbstwahrnehmung und dem Konsum sozialer Medien junger Erwachsener zu generieren. Zu Beginn der Befragung wurden die Proband*innen über das Forschungsziel, die Freiwilligkeit der Teilnahme sowie die Anonymität und Vertraulichkeit der Daten informiert. Da die Thematisierung von Selbstwert und Körperbild ein hohes emotionales Potenzial birgt, erfolgte ein expliziter Hinweis auf die potenzielle psychische Belastung, um die ethische Verantwortung gegenüber den Teilnehmer*innen zu wahren. Der Fragebogen gliedert sich in drei inhaltliche Sektionen, wobei jeder Abschnitt durch einführende Erläuterungstexte strukturiert wurde. Der erste Teil erfasst soziodemografische Basisdaten sowie Aspekte der aktuellen, aber auch früheren Mediennutzung. Der zweite Teil widmet sich der retrospektiven Wahrnehmung des Selbstwerts in der Jugendphase, während der dritte Teil den Fokus auf aktuelle Körperideale, Sexualisierung und das gegenwärtige Selbstwertgefühl legt. Methodisch zeichnet sich der Fragebogen durch eine sequenzielle dreifolgige Struktur aus, die insbesondere im zweiten Teil Anwendung findet (siehe Anhang). Hierbei bilden Fragen, angelehnt an Elemente aus der Rosenberg Self-Esteem Scale (1973), das quantitative Fundament: Ausgewählte Items (z. B. zur allgemeinen Selbstzufriedenheit oder zum Gefühl, ein*e Versager*in zu sein) wurden für die retrospektive Betrachtung adaptiert. Um die erfassten quantitativen Ausprägungen (Likert-Skala) tiefergehend zu kontextualisieren, schließt sich an

jedes dieser Items eine zweistufige Spezifizierung an: Zunächst erfolgt eine quantitativ strukturierte Frage, die die Ursachen für das angegebene Empfinden durch vorgegebene Kategorien (z. B. Schule, Familie, Hobbys) eingrenzt. Als dritte Stufe schließt sich eine qualitative, offene Fragestellung an, in der die Proband*innen ihre subjektiven Gedanken und Erfahrungen explizieren können. Im dritten Abschnitt zur Sexualisierung, Körperidealen und dem aktuellen Wohlbefinden wird von dieser Triangulation zugunsten themenspezifischer, frei gewählter Fragen an den meisten Stellen abgewichen, während die Erfassung des aktuellen Selbstwertgefühls ebenso in Anlehnung an die Rosenberg-Skala, jedoch ohne die anschließende qualitative Spezifizierung, als komparativer Indikator dient. Abschließend wurden die Teilnehmer*innen zu ihrer persönlichen Einschätzung bezüglich der Selbstwertentwicklung über den betrachteten Zeitraum befragt und hatten in einem finalen Freitextfeld die Möglichkeit sonstige Anmerkungen zu benennen.

4.3.2 Quantitative Erhebungseinheiten

Die quantitativen Erhebungseinheiten bilden das methodische Grundgerüst der Untersuchung, um eine valide Datenbasis zur Identifikation von Mustern und Zusammenhängen zu generieren. Der erste Abschnitt des Fragebogens dient der Erfassung soziodemografischer Daten sowie der Mediensozialisation. Hierbei wurden neben dem Alter und Geschlecht insbesondere die Nutzungsintensität und das Nutzungsverhalten sowohl retrospektiv als auch aktuell erhoben. Um die Medienbiografie differenziert abzubilden, erfolgte eine Abfrage der täglichen Nutzungsdauer (Screentime) von sozialen Medien über drei Lebensphasen hinweg: die frühe Jugend (bis zum 15. Lebensjahr), die mittlere Jugend (15. bis 18. Lebensjahr) sowie das aktuelle Nutzungsverhalten (ab dem 18. Lebensjahr). Ergänzend wurde die Präferenz für spezifische Plattformen sowie die Art der konsumierten Inhalte (Medientypen) in der retrospektiven Betrachtung und in der heutigen Zeit abgefragt, um den Wandel der medialen Sozialisation nachvollziehbar zu machen. Zur Operationalisierung des Selbstwertgefühls wurde eine Anlehnung an die Rosenberg Self-Esteem Scale (1973) als Messinstrument gewählt. Aufgrund des spezifischen Fokus auf eine retrospektive Erfassung und der forschungsökonomischen Notwendigkeit der Fragebogenkürzung wurde ein modifizierter Auszug von vier Items der insgesamt zehn Skalen-Items der Rosenberg Skala verwendet. Obwohl durch die Adaption für den retrospektiven Kontext die psychometrische Standardisierung des Originalinstruments nicht vollumfänglich gewahrt bleibt, bietet die Skala ein theoretisches Instrumentarium, um die Dimensionen der Selbstwertschätzung konsistent zu erfassen. Die Items wurden dabei, dem Original folgend, als Likert-Skalen (fünfstufig) implementiert, um eine präzise Abstufung der subjektiven Zustimmung zu ermöglichen. Die quantitativen Fragen, die über das Rosenberg-Instrument hinausgehen, insbesondere mit Fokus auf Körperbild, Sexualisierung und mediale Einflüsse, wurden teils ebenfalls mittels Likert-Skalen, teils als Multiple-Choice-Fragen konzipiert. Dies gewährleistet eine

strukturierte Erfassung spezifischer inhaltlicher Aspekte, die durch das Rosenberg-Instrument allein nicht abgedeckt worden wären, und stellt eine systematische Vergleichbarkeit der Daten sicher.

4.3.3 Qualitative Erhebungseinheiten

Die qualitativen Erhebungseinheiten fungieren als essenzielles komplementäres Instrument, um ein tieferes Verständnis für die subjektive Lebenswelt sowie die emotionalen Prozesse der Proband*innen zu gewinnen. Während die quantitativen Skalen eine strukturierte Vergleichbarkeit ermöglichen, zielen die offenen Fragestellungen darauf ab, die situativen Kontexte und die individuellen Beweggründe hinter den statistisch erfassten Einschätzungen zu explizieren. Methodisch lassen sich die qualitativen Einheiten in zwei Kategorien unterteilen: Zum einen dienen sie der inhaltlichen Spezifizierung und Kontextualisierung der vorangegangenen quantitativen Items (sog. „Elaboration“). Hierbei werden die Proband*innen aufgefordert, ihre getroffenen Entscheidungen narrativ zu begründen, wodurch die statistischen Daten um die subjektive Dimension erweitert werden. Zum anderen kommen eigenständige qualitative Fragen zum Einsatz, um Themenbereiche zu explorieren, die sich einer rein numerischen Erfassung entziehen. Gerade bei einem derart sensiblen Forschungsgegenstand, der die psychische Selbstwahrnehmung und mediale Sozialisation umfasst, erlauben diese Freitextfelder eine nuancierte Rekonstruktion individueller Erfahrungshorizonte. Sie ermöglichen es den Teilnehmer*innen, eigene Gedanken, Erlebnisse und Reflexionen jenseits vorgegebener Antwortkategorien zu artikulieren, was für die Validität der Ergebnisse bei der Untersuchung tiefgreifender emotionaler Konstrukte von hoher Relevanz ist.

4.4 Datenauswertung

4.4.1 Vorbereitung der quantitativen Daten

Die Erhebung quantitativer Daten erforderte in mehreren Bereichen die Konstruktion eigener Skalen und Variablen. Dies war notwendig, da keine standardisierten Instrumente die spezifischen Forschungsfragen der Untersuchung vollumfänglich abdeckten oder die zur Verfügung stehenden Datenformate (z. B. Zeitkategorien) für eine weiterführende statistische Analyse eine methodische Transformation in metrische oder quasi-metrische Skalen notwendig machten. Durch diese Operationalisierung konnte sichergestellt werden, dass die subjektiven Angaben der Teilnehmer*innen in einer Form aggregiert wurden, die eine valide quantitative Auswertung und statistische Prüfung der Hypothesen ermöglicht.

Zusätzlich erstellte Variablen und Skalenbildung

- **Selbstwert (retrospektiv & aktuell):** Aufgrund der Größe der Original Rosenbergskala wurden vier spezifische Items ausgewählt, die das Selbstwertgefühl am passendsten für die Forschungsfrage reflektieren (hier in retrospektiv formuliert): „Alles in allem war ich

damals mit mir selbst zufrieden“, „Ich hätte damals gerne mehr Respekt vor mir selbst gehabt“, „Alles in allem neigte ich damals dazu, mich für eine*_n Versager_*in zu halten“ sowie „Gelegentlich glaubte ich damals, dass ich gar nichts tauge“. Im retrospektiven Teil der Erhebung wurden die Fragen in die Vergangenheit gesetzt, wohingegen diese für den aktuellen Selbstwert in der Gegenwartsform gelassen wurden. Da die Originalauswertung der Rosenberg-Skala für diesen reduzierten Item-Satz nicht anwendbar war, wurde ein eigenes Skalierungsverfahren angewandt. Zunächst wurden die Items wie im Original auf einer fünfstufigen Likert-Skala erhoben, wobei die positiv formulierte Aussage sowie die negativ formulierten Aussagen (nach Umpolung der Skalenwerte 1 auf 5, 2 auf 4 etc.) so transformiert wurden, dass einheitlich ein niedriger Wert (1) für einen geringen Selbstwert und ein hoher Wert (5) für einen hohen Selbstwert steht. Zur Bildung der neuen Variable „SelbstwertRetrospektiv“ und „SelbstwertAktuell“ wurde für jede Person das arithmetische Mittel aus den vier Items berechnet, woraus sich eine metrische Variable mit einer Spannweite von 1,0 bis 5,0 in 0,25er-Schritten ergab.

- **MedienStundenGesJugend:** Die Variable „MedienStundenGesJugend“ stellt ebenfalls eine neu zusammengesetzte Kennzahl dar, die aus der Medienzeit in der frühen Jugend (erstes Alter der Nutzung sozialer Medien bis zum 15. Lebensjahr) sowie der Medienzeit in der späteren Jugend (15. bis 18. Lebensjahr) berechnet wurde. Da die ursprünglichen Erhebungswerte in Kategorien wie „ca. 1h“ vorlagen, wurden diese für die Analyse in numerische Werte kodiert, wobei „ca. 1h“ als 1 und „ca. 2h“ als 2 usw. verarbeitet wurden, weshalb bei den „Medienstunden“ nicht von exakten Zeitmessungen, sondern von tendenziellen Angaben zur Handynutzung auszugehen ist; aus diesen beiden Zeiträumen wurde schließlich durch das arithmetische Mittel die neue Variable gebildet, um die ungefähre durchschnittliche tägliche Medienzeit im Jugendalter zu erfassen.

- **VisuellSummeFrüher:** Diese Analyse untersucht den Zusammenhang zwischen der Nutzung stark visuell geprägter Plattformen (Instagram, TikTok, YouTube, Snapchat und Pinterest) während der Jugend und dem retrospektiven Selbstwert. Die Variable „VisuellSummeFrüher“ wurde hierfür methodisch so konstruiert, dass die ursprünglichen Ja/Nein-Angaben zu den fünf genannten Plattformen in ein binäres Format (0 = Nein, 1 = Ja) überführt wurden. Durch die anschließende Summierung entstand ein Score von 0 bis 5 (wobei ein höherer Wert eine breitere Nutzung visuell ausgerichteter Medien widerspiegelt), während schriftbasierte Plattformen wie Reddit, X oder Facebook für diese spezifische Analyse ausgeschlossen wurden.

- **KörperzentrierteInhalteSummeFrüher:** Die Variable „KörperzentrierteInhalteSummeFrüher“ wurde methodisch so konstruiert, dass ausschließlich Inhalte aus den körperzentrierten Bereichen Fitness, Lifestyle, Beauty und Fashion berücksichtigt wurden, während weniger körperzentrierte Inhaltsbereiche explizit ausgeschlossen wurden. Die

ursprünglichen Ja/Nein-Angaben zu diesen Themenfeldern wurden in ein binäres Format (0 = Nein, 1 = Ja) umkodiert und anschließend summiert, sodass ein höherer Wert in dieser neuen Variable einen intensiveren Konsum von körperzentrierten Medieninhalten während der Jugendzeit repräsentiert.

- **BearbeitungJugend:** Zur Messung des Drangs zur Bildbearbeitung in der Jugend wurden die Items „Bearbeitung Gesicht früher“ und „Bearbeitung Körper früher“ verwendet. Die ursprünglichen 5-stufigen Skalen wurden in eine numerische Skala (0 = Nie bis 4 = Immer) umkodiert und anschließend zu einem Mittelwertindex zusammengefasst.

Bei allen anderen benutzten Variablen wurden diese unmodifiziert aus dem originalen Datensatz des Fragebogens herausgenommen.

4.4.2 Qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz & Rädiker (2024) - Kategorienbildung und Kodierprozess

Die Auswertung der erhobenen qualitativen Daten im Rahmen des Fragebogens erfolgt systematisch und methodisch kontrolliert durch die qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz (Kuckartz & Rädiker, 2024). Dieses Verfahren bietet sich insbesondere deshalb an, da Kuckartz im Vergleich zu starren Analysestrukturen einen methodisch gut handhabbaren, aber dennoch großen Freiraum für die strukturierende Interpretation von Textmaterial lässt, ohne dabei an Wissenschaftlichkeit einzubüßen. Im Zentrum des Vorgehens steht hierbei die Entwicklung und Anwendung eines differenzierten Kategoriensystems, welches die strukturierende und inhaltliche Erschließung des gesamten qualitativen Materials ermöglichten. Der konkrete Auswertungsprozess wurde im Rahmen dieser Arbeit induktiv vollzogen und bezieht sich auf das phasenbasierte Vorgehen nach Kuckartz in mehreren aufeinanderfolgenden, systematischen Schritten (Kuckartz & Rädiker, 2024):

1. **Initiierende Textarbeit und Fragebasierter Durchgang**: Der Analyseschritt begann nicht unmittelbar mit einer kleinteiligen Kodierung, sondern folgte der Struktur des zugrunde liegenden Erhebungsinstruments. Der Auswertungsprozess wurde nacheinander nach Reihenfolge des Fragebogens durchgeführt. In der ersten Phase wurden die jeweilige Frage durchgelesen, mitsamt allen dazugehörigen Antworten der Proband*innen, um sich einen umfassenden Überblick über das Gesamtspektrum der Äußerung zu verschaffen. Dies entspricht dem hermeneutischen Grundprinzip, das Material zunächst in seiner Gesamtheit zu erfassen, bevor eine tiefere Differenzierung vorgenommen wird.
2. **Entwicklung von Hauptkategorien (HK) als grobes Raster**: Nach dem ersten Lesen des gesamten Antwortmaterials zu einer spezifischen Frage wurden auf Basis der Forschungsfrage und des Antwortmaterials Hauptkategorien (HK) gebildet. Diese Hauptkategorien dienten in erster Linie dazu, eine erste grobe grundlegende Einteilung und Strukturierung

des Materials vorzunehmen. Sie bildeten das grundlegende Raster, auf welchem im nächsten Schritt die differenzierten Codes entwickelt werden.

3. **Fallweiser Durchgang und induktive Code-Generierung:** Im Anschluss an die Festlegung der Hauptkategorien wurde das Material systematisch und proband*innenweise (Fall für Fall) durchgegangen. Jede einzelne Antwort wurde zunächst der entsprechenden Hauptkategorie zugeordnet. Innerhalb dieser Hauptkategorien wurden dann für jede konkrete Antwort ein oder mehrere spezifischen Codes vergeben. Diese Codes wurden induktiv direkt aus den Antworten der Proband*innen heraus generiert. Dieser induktive Prozess ermöglichte es, nah am Ausdruck der Befragten zu bleiben und unerwartete oder besonders differenzierte Facetten des Materials abzubilden, anstatt die theoretischen Aspekte lediglich zu belegen. Diese Vorgehensweise wurde für jede Antwort in jeder Frage benutzt.
4. **Übersichtsbildung und Häufigkeitsanalyse**: Durch die kontinuierliche Zuordnung der Codes aus den Textstellen entstand eine datenbasierte Übersicht aller Aussagen. Um diese Fülle an Codes handhabbar zu machen und Muster im Material zu erkennen, wurden die Ergebnisse in einer Tabelle festgehalten. Diese erlaubte es nachzuvollziehen, welche inhaltlichen Aspekte oder Codes wie häufig im Gesamtkonstrukt der Befragten vorkommen. Wie Kuckartz in seiner methodologischen Ausführung betont, schließt die qualitative Inhaltsanalyse eine quantifizierte beziehungsweise strukturierende Zusammenfassung keineswegs aus, sondern nutzt diese, um die Transparenz zu erhöhen und den Überblick zu wahren und Cluster beziehungsweise Häufungen im Material präzise darzustellen (Kuckartz & Rädiker, 2024).

Durch dieses strukturierte, am Material orientierte und zugleich regelgeleitete Vorgehen nach Kuckartz konnte sichergestellt werden, dass die Interpretation der qualitativen Daten intersubjektiv nachvollziehbar, transparent und methodisch kontrolliert erfolgt ist (Kuckartz & Rädiker, 2024).

4.4.3 Kritische Reflexion der eigenen Rolle bei der qualitativen Analyse

Im Rahmen der kritischen Reflexion der eigenen Forschungssubjektivität zeigt sich ein methodisch reflektierter und sensibler Umgang mit dem Forschungsprozess. Zwar wurde die Rolle der Forschenden grundsätzlich als stimmig und handhabbar erlebt, jedoch ging der Prozess mit verschiedenen methodischen und ethischen Herausforderungen einher, die kontinuierlich hinterfragt wurden. Eine zentrale Sorge betraf die Formulierung des Fragebogens sowie die Gefahr, dass Proband*innen durch bestimmte Fragestellungen in eine defensive Haltung gedrängt oder zu spezifischen Antworten verleitet werden könnten, wodurch die Validität der Ergebnisse gefährdet wäre. Zur Bewältigung dieser Problematik wurde ein starker Fokus auf eine präzise, neutrale und offene Formulierung der Fragen gelegt, um jeglicher Antworttendenz entgegenzuwirken.

Darüber hinaus war der Prozess der Kategorienbildung von methodischen und ethischen Bedenken begleitet, insbesondere hinsichtlich der Gefahr einer unzulässigen Etikettierung der Antworten. Es bestand die Befürchtung, durch die Verdichtung von Aussagen zu Kategorien Individuen in starre Muster einzuordnen und Äußerungen auf diese Weise zu verurteilen oder zu reduzieren. Auch die Angst vor Fehlinterpretation und einem damit verbundenen Bedeutungsverlust, also die Sorge, die subjektiven Aussagen der Befragten falsch zu verstehen, fehlerhaft zu kodieren und ihnen somit einen unbeabsichtigten Stempel aufzudrücken, begleitete die Analyse. Um diesen Gefahren zu begegnen, war ein Höchstmaß an hermeneutischer Sensibilität und methodischer Distanz erforderlich. Zusammenfassend lässt sich der qualitative Forschungsprozess als ein kritischer, verantwortungsbewusster Umgang mit qualitativen Daten beschreiben, bei dem die eigene Position und potenzielle Verzerrungseffekte kontinuierlich reflektiert und kontrolliert wurden.

4.4.4 Limitationen

Bei der Interpretation der vorliegenden Ergebnisse müssen methodische Limitationen kritisch berücksichtigt werden:

Erinnerungsverzerrung: Da ein wesentlicher Teil der Erhebung auf einem retrospektiven Fragebogen basiert, unterliegen die Angaben zur Jugendphase (z. B. damaliger Selbstwert, frühe Mediennutzung) unvermeidlich subjektiven Erinnerungsverzerrungen. Vergangene emotionale Zustände werden häufig aus der Perspektive des heutigen, reiferen Selbst bewertet, wodurch positive oder negative Erlebnisse über- beziehungsweise untertägig gewichtet werden könnten.

Selbstbericht und soziale Erwünschtheit: Alle erhobenen Daten basieren auf Selbstauskünften der Proband*innen. Gerade bei sensiblen Themenfeldern wie Selbstwert, Körperunzufriedenheit und sexualisierten Erfahrungen besteht die Gefahr von Antworttendenzen im Sinne der sozialen Erwünschtheit (z. B. das Verharmlosen eigener psychischer Belastungen oder die Überbetonung eines positiven aktuellen Wohlbefindens).

Stichprobengröße, Repräsentativität und Signifikanz: Mit einer Stichprobengröße von $N = 50$ und einem überwiegend durch Gelegenheits- und Schneeballsampling generierten Zugang (mit einem starken Überhang weiblicher Teilnehmer*innen, $n = 30$) ist keine statistische Repräsentativität im Sinne der Grundgesamtheit gegeben. Quantitative Zusammenhänge (wie Korrelationen) müssen daher als explorative Tendenzen verstanden werden und lassen sich nicht uneingeschränkt auf die gesamte Generation Z verallgemeinern. Zusätzlich spielt auch die an einigen quantitativen Stellen vorkommende fehlende Signifikanz – resultierend aus der Stichprobengröße – eine Rolle für die verminderte Generalisierbarkeit der erhobenen Daten.

Querschnittlicher Charakter: Da die retrospektiven und aktuellen Daten im Rahmen eines einmaligen Erhebungszeitpunkts erhoben wurden, lassen sich trotz berechneter Korrelationen

keine kausalen Ursache-Wirkungs-Beziehungen im strengen Sinne belegen; vielmehr bilden die Analysen statistische Tendenzen ab.

4.5 Forschungsethik

Im Rahmen der methodischen Fundierung wurde besonders Wert auf die Einhaltung zentraler ethischer Standards gelegt. Der Bereich der Forschungsethik nahm aufgrund der Sensibilität des Themas eine übergeordnete Rolle ein und floss bereits in die Konzeption der Stichprobenwahl mit ein. Da die Thematik für Minderjährige als zu belastend eingestuft wurde, wurde die Zielgruppe strikt auf Personen ab 18 Jahren beschränkt. Um dennoch fundierte Einblicke in jugendspezifische Erfahrungen zu gewinnen, wurde methodisch auf eine retrospektive Erfassung zurückgegriffen., was eine ethisch vertretbare Annäherung an den Untersuchungsgegenstand ermöglichte. Um den ethischen Anforderungen bei sensiblen Inhalten gerecht zu werden, enthielt der Beginn des Fragebogens eine detaillierte Aufklärung über die Rahmenbedingungen, die Altersgrenze, die Freiwilligkeit sowie die Art der erhobenen Themen.

Ergänzend hierzu wurde zu Beginn eine konkrete „Triggerwarnung“ ausgesprochen, die explizit darauf hinwies, dass die Teilnahme jederzeit ohne Angabe von Gründen abgebrochen werden kann und empfindliche Fragen übersprungen werden können. Dieser Schutzmechanismus wurde im weiteren Verlauf gezielt vertieft: Vor dem Kapitel, das die sensibelsten Themenbereiche, wie Sexualisierung und Körperbild, berührte, wurde erneut auf die Thematik sowie auf die Option eines jederzeitigen Abbruchs des Fragebogens hingewiesen. Anschließend wurden an passenden Stellen sowie im abschließenden Text des Fragebogens Kontaktdaten zu professionellen Hilfetelefonen bereitgestellt, um für den Fall aufkommender negativer emotionaler Belastung adäquate Unterstützung zu gewährleisten.

5. Ergebnisse

Im Rahmen der Darstellung der Ergebnisse wird konsequent auf die Nennung personenbezogener Merkmale verzichtet, um die Anonymität der Teilnehmer*innen zu wahren. Entsprechende Aussagen und Zitate werden stattdessen durch allgemeine Bezeichnungen wie „Personen“ oder „Proband*innen“ kenntlich gemacht. Zusätzlich wird punktuell eine zufällige Nummerierung der Personen als Anonymisierung verwendet.

5.1 Quantitative Befunde

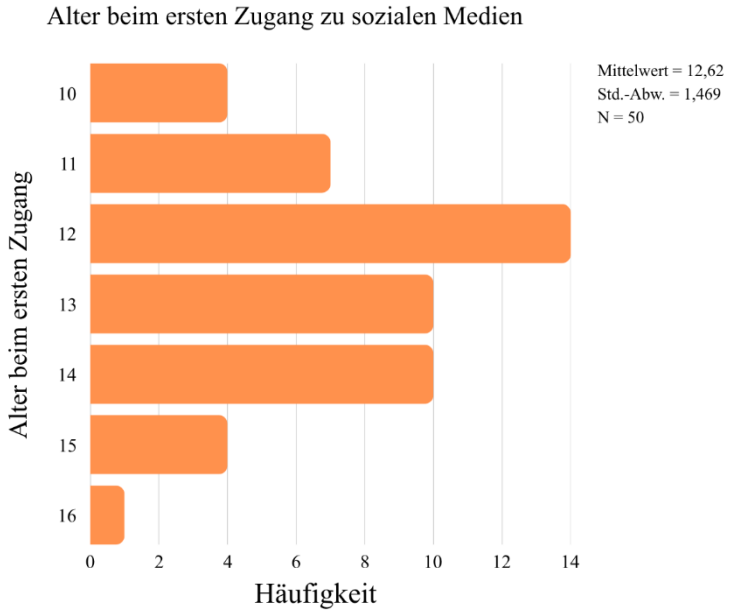
5.1.1 Stichprobenbeschreibung

Zur Charakterisierung der Stichprobe wurden zunächst die soziodemographischen Merkmale Alter und Geschlecht deskriptiv ausgewertet. Hinsichtlich des Alters der Teilnehmer*innen ($N = 50$) zeigt sich eine Spannweite von 18 bis 28 Jahren. Der Mittelwert liegt bei 22,58 Jahren ($SD = 1{,}92$). Die Verteilung weist eine starke Konzentration im Bereich der frühen 20er-Jahre auf: Das 25%-Quartil ($Q1$) liegt bei 22 Jahren, während das 50%-Quartil (Median) sowie das 75%-Quartil ($Q3$) beide den Wert 23 erreichen. Dies korrespondiert mit der Häufigkeitsverteilung, in der das Alter von 23 Jahren mit 17 Nennungen den Modus darstellt, gefolgt von 22 Jahren (13 Nennungen) und 21 Jahren (5 Nennungen). Bei der Geschlechterverteilung der 50 Proband*innen zeigt sich ein Überwiegen weiblicher Teilnehmerinnen. Die Verteilung stellt sich wie folgt dar: 30 Personen gaben an, weiblich zu sein, 19 Personen männlich und eine Person identifizierte sich als divers.

5.1.2 Deskriptive Ergebnisse zur Social-Media-Nutzung

Alter der Erstellung des ersten Accounts:

Abbildung 4: Alter der Erstellung des eigenen Accounts



Die Verteilung (Abb. 4) zeigt, dass das 12. Lebensjahr den häufigsten Einstiegszeitpunkt darstellt ($n = 14$). Den geringsten Anteil an der Stichprobe stellt das Alter von 16 Jahren dar, welches lediglich durch eine Person repräsentiert wird.

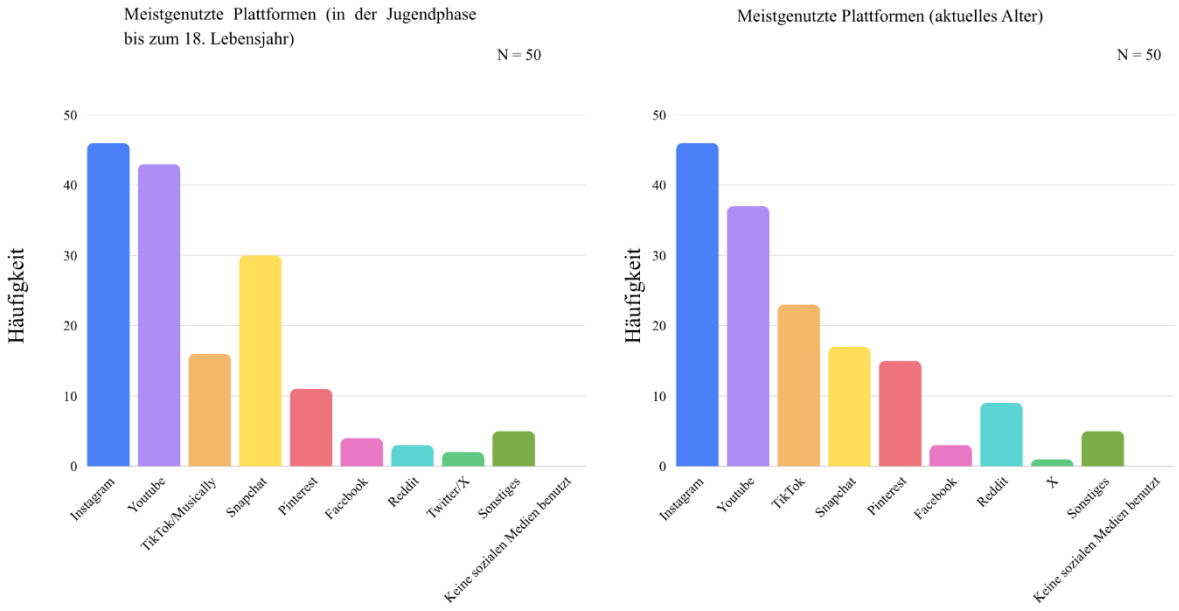
Nutzungsdauer:

Die erste retrospektive Einschätzung zur Nutzungsdauer bis zum 15. Lebensjahr zeigt, dass die Mehrheit der Teilnehmer*innen eine moderate Nutzung aufweist: Die häufigsten Nennungen fallen mit jeweils 12 Personen auf ca. 1 h sowie ca. 3 h täglicher Nutzungszeit. Die geringste Häufigkeit weist die Angabe von ca. 5 h oder mehr ($n = 1$) auf. Auf Basis der quasi-metrischen Umkodierung ergibt sich für diesen Zeitraum ein Mittelwert von ca. 1,90 Stunden bei einer Standardabweichung von 1,359. Für die retrospektive Einschätzung der Nutzungsdauer in der Altersspanne zwischen dem 15. und 18. Lebensjahr zeigt sich ein deutlicher Anstieg der Nutzungsintensität. Hierbei stellt der Wert von ca. 3 h mit 15 Nennungen das Maximum dar. Die geringste Repräsentation fällt mit drei Personen auf eine tägliche Nutzungsdauer von ca. 1 h. Die statistische Auswertung auf Basis der umkodierten Skala ergibt für diesen Zeitraum einen ungefähren Mittelwert von 3,36 Stunden bei einer Standardabweichung von 1,225.

Ergänzend wurde die tägliche Nutzungszeit im aktuellen Alter der Proband*innen erhoben. Auch hier wurde zur Ermittlung weiterführender statistischer Kennwerte das Verfahren der quasi-metrischen Kodierung angewandt, wobei erneut zu berücksichtigen ist, dass die daraus abgeleiteten Maße lediglich Tendenzen widerspiegeln. In der aktuellen Erhebung ist eine tägliche Nutzung von ca. 2 h mit 12 Nennungen am häufigsten. Die seltenste Nennung stellt hierbei eine Nutzungsdauer von ca. unter 1 h ($n = 4$) dar. Auf Basis der vorgenommenen Kodierung errechnet sich für die aktuelle Nutzungsdauer ein ungefährer Mittelwert von 2,27 Stunden bei einer Standardabweichung von 1,44.

Plattformnutzung:

Abbildung 5: Meistgenutzte Plattformen

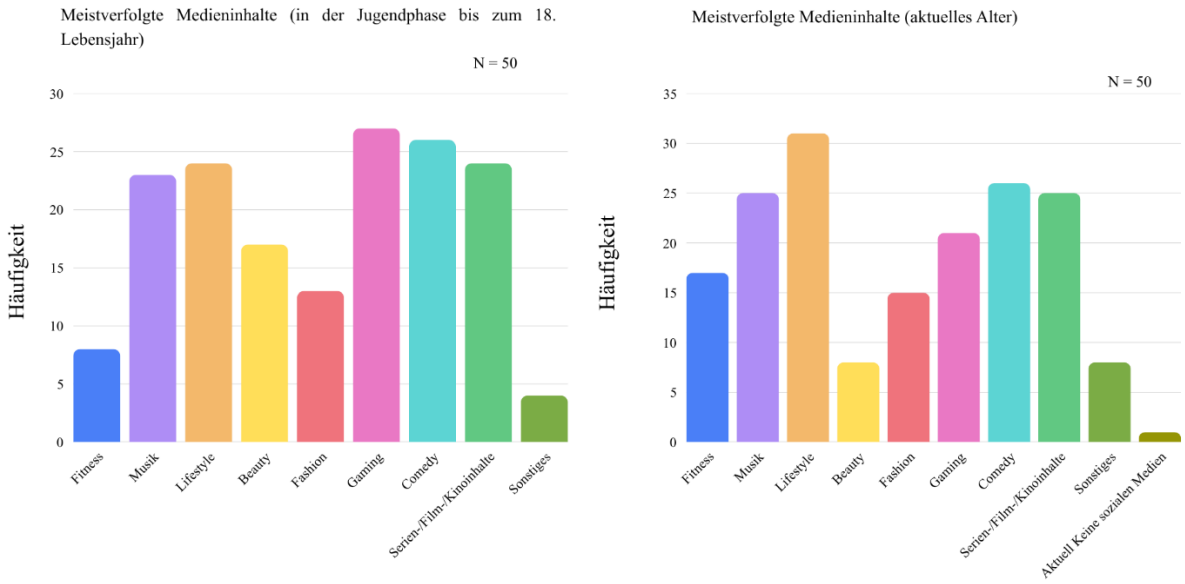


Zur Erfassung der bevorzugten Plattformen wurden diese sowohl in der Jugendphase bis zum 18. Lebensjahr als auch aktuell erhoben, wobei Mehrfachnennungen möglich waren (siehe Abb. 5 links). Für die Phase bis zum 18. Lebensjahr zeigt sich, dass keine der befragten Personen angab, keine sozialen Medien genutzt zu haben. Die drei am häufigsten genannten Plattformen in dieser Altersspanne sind Instagram ($n = 46$), YouTube ($n = 43$) und Snapchat ($n = 30$). Die geringste Nutzung in diesem Zeitraum fällt auf die Plattform Twitter/X ($n = 2$). Unter der Kategorie „Sonstiges“ wurden von fünf Proband*innen weitere Plattformen angegeben, namentlich Tumblr ($n = 3$), Discord ($n = 2$) sowie Wattpad ($n = 1$).

Für das aktuelle Alter der Proband*innen zeigt sich ein vergleichbares Bild hinsichtlich der Präferenzen, wobei auch hier kein*e Proband*in angab, keine sozialen Medien zu nutzen (siehe Abb. 5 rechts). Instagram bleibt mit 46 Nennungen die am häufigsten genutzte Plattform, gefolgt von YouTube ($n = 37$) und TikTok ($n = 23$). Die Plattform X (ehemalig Twitter) weist mit einer Nennung ($n = 1$) erneut die geringste Nutzung auf. Fünf Proband*innen nutzten die Kategorie „Sonstiges“, um weitere Plattformen zu nennen, die sich auf Discord ($n = 2$), Twitch ($n = 1$), WhatsApp ($n = 1$) sowie BeReal ($n = 1$) verteilen.

Meistverfolgte Inhalte

Abbildung 6: Meistverfolgte Medieninhalte



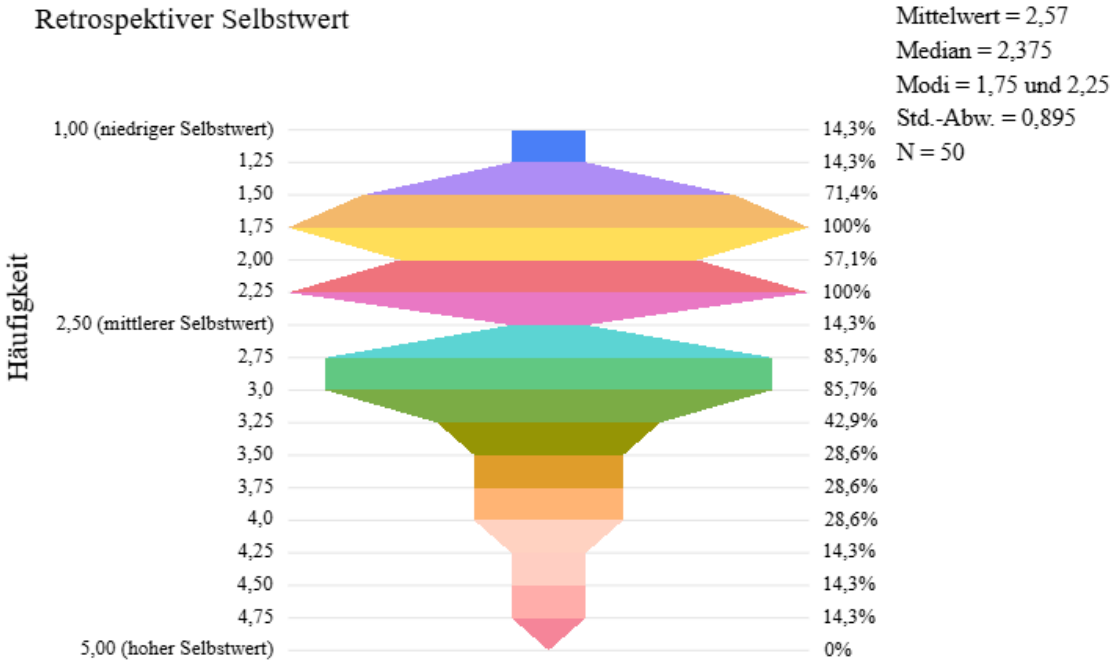
Zur Erfassung der bevorzugten Medieninhalte wurden die Teilnehmer*innen sowohl retrospektiv bezüglich ihrer Jugendphase bis zum 18. Lebensjahr als auch hinsichtlich ihres aktuellen Konsumverhaltens befragt, wobei auch hier Mehrfachnennungen möglich waren (siehe Abb. 6 links). Zur Auswahl waren die Bereiche: Fitness, Musik, Lifestyle, Beauty, Fashion, Gaming, Comedy, Serien-/Film-Kinoinhalte und Sonstiges. Für die retrospektive Betrachtung der Jugendphase bis zum 18. Lebensjahr stellen Gaming ($n = 27$), Comedy ($n = 26$) sowie Lifestyle und Serien-/Film-/Kinoinhalte jeweils ($n = 24$) die am häufigsten verfolgten Themenbereiche dar. Die geringste Nennung innerhalb dieser Zeitspanne fällt auf Fitness ($n = 8$). Die Kategorie „Sonstiges“ wurde von vier Proband*innen gewählt und umfasst die Bereiche DIY ($n = 1$), Bushcraft ($n = 1$), Büchercontent ($n = 1$), Kunstcontent ($n = 1$) sowie „Fandoms“ ($n = 1$).

Bezüglich den aktuell verfolgten Medieninhalten zeigt sich ein verändertes Spektrum (siehe Abb. 6 rechts). Zur Auswahl waren dieselben Bereiche. An erster Stelle steht hier Lifestyle ($n = 31$), gefolgt von Comedy ($n = 26$) sowie Musik und Serien-/Film-/Kinoinhalten jeweils ($n = 25$). Die Kategorie Beauty ($n = 8$) weist die geringste Häufigkeit auf. Eine Person gab an, aktuell keine sozialen Medien zu konsumieren. Acht Proband*innen nutzten die Option „Sonstiges“, wobei die genannten Inhalte folgende Bereiche abdeckten: Kochen/Backen/Ernährung ($n = 2$), Handarbeit/Malen/Basteln ($n = 2$), „hobbyspezifische Inhalte“ ($n = 1$), Tanzen ($n = 1$), berufsbezogene Inhalte (Unterricht planen) ($n = 1$), Politik ($n = 1$), wissenschaftliche Inhalte ($n = 1$) sowie Dokumentationen/Reportagen ($n = 1$). Ergänzend gab ein*e Proband*in in diesem Zusammenhang an, bevorzugt Medieninhalte von bereits bekannten Personen zu konsumieren.

5.1.3 Deskriptive Analysen

Selbstwert retrospektiv:

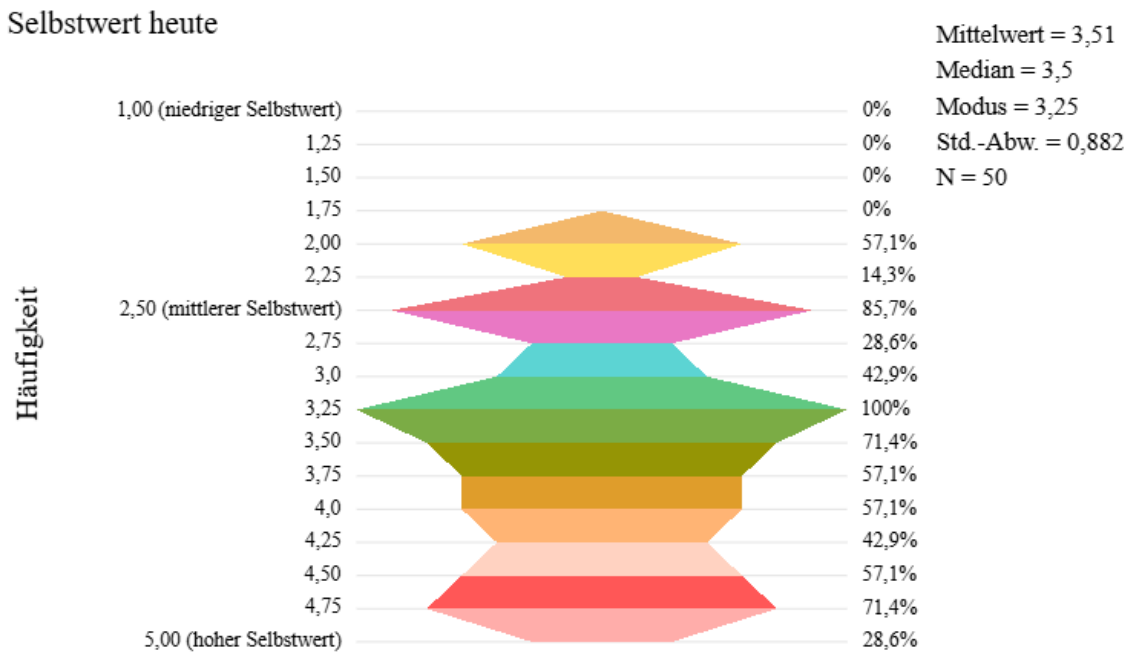
Abbildung 7: Selbstwert retrospektiv



In der Häufigkeitsverteilung zum retrospektiven Selbstwert (siehe Abb. 7) treten die Werte 1,75 und 2,25 als Modi mit jeweils sieben Nennungen am häufigsten auf. Die zweithöchsten Häufigkeiten finden sich bei den Werten 2,75 und 3,0 mit jeweils sechs Nennungen. Am anderen Ende des Spektrums weist der Wert 5,0 welcher den höchstmöglichen Selbstwert repräsentiert, keine Nennungen auf. Die geringsten Häufigkeiten von jeweils einer Person verteilen sich auf die Werte 1,0; 1,25; 2,50; 4,25; 4,50 und 4,75.

Selbstwert aktuell

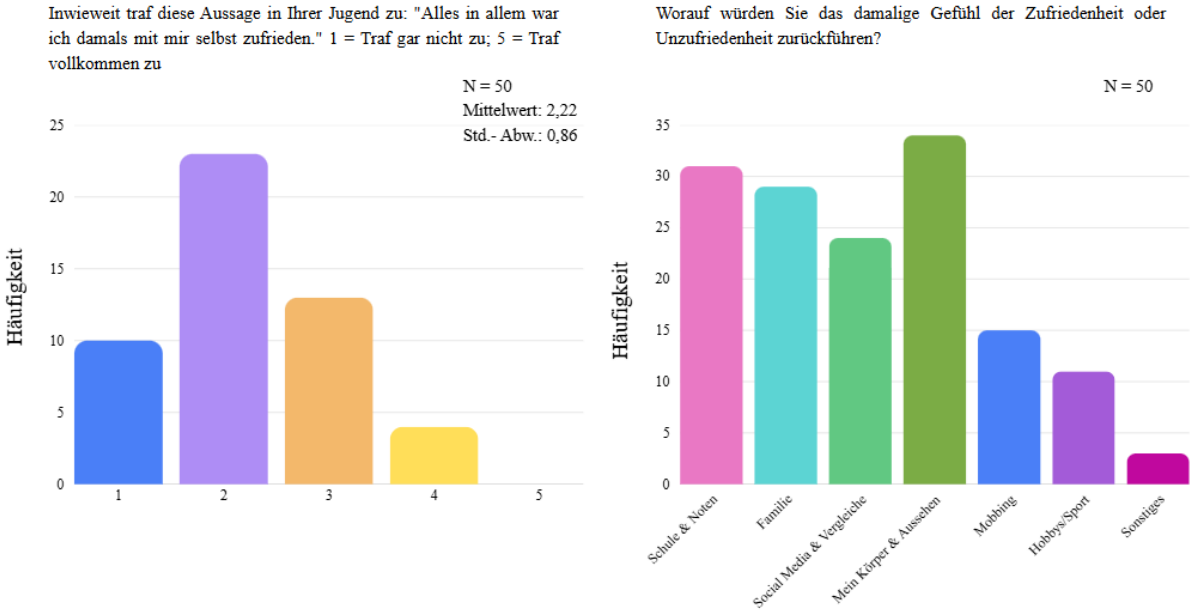
Abbildung 8: Selbstwert aktuell



Die Verteilung des aktuellen Selbstwerts (siehe Abb. 8) weist einen Mittelwert von 3,51 sowie einen Median von 3,5 auf, was eine Tendenz zwischen mittlerem und hohem Selbstwert widerspiegelt. Die Standardabweichung beträgt 0,895. Hinsichtlich der Häufigkeiten zeigt sich, dass keine*r der Teilnehmer*innen in den Bereich der Werte 1,0 bis 1,75 fallen. Der Modus der Verteilung liegt bei einem Wert von 3,25 ($n = 7$). Der Wert von 2,50, welcher das theoretische Mittel der Skala repräsentiert, weist sechs Nennungen auf, während der Wert 2,25 mit einer Nennung die geringste Häufigkeit unter den besetzten Kategorien darstellt.

Selbstzufriedenheit retrospektiv

Abbildung 9: Selbstzufriedenheit retrospektiv

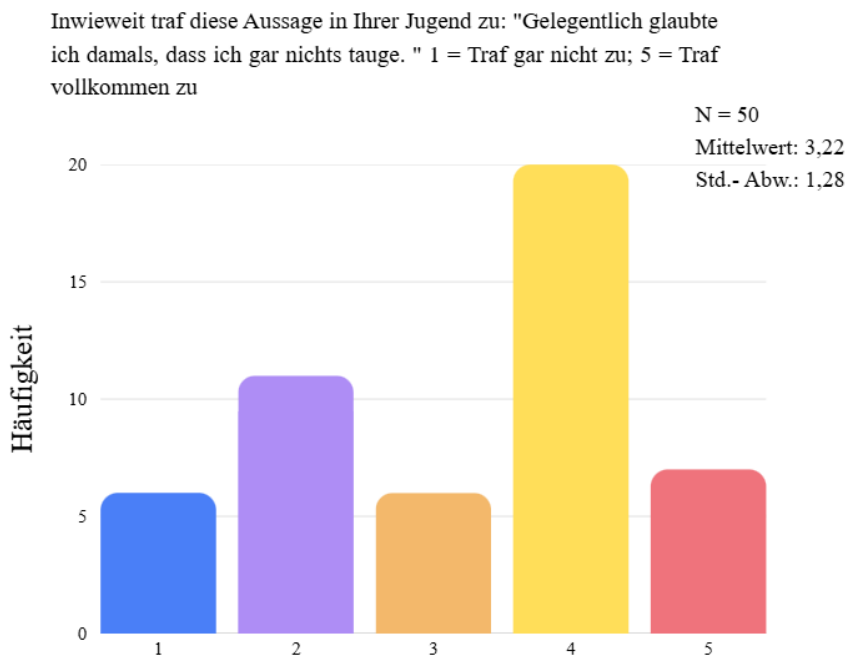


Die Antworten der retrospektiven Selbstzufriedenheit (siehe Abb. 9 links) konzentrieren sich stark auf die mittleren Kategorien, wobei die Antwortmöglichkeit „2“ mit 23 Nennungen am häufigsten gewählt wurde, gefolgt von der Kategorie „3“ und der Kategorie „1“. Dies spiegelt sich auch in den statistischen Kennwerten wider: Der arithmetische Mittelwert liegt bei 2,22 und deutet damit auf eine Tendenz der Befragten zu den ersten drei Antwortkategorien hin. Die Standardabweichung (SD) beträgt 0,86. Da dieser Wert unter 1 liegt, ist die Streuung der Antworten um den Mittelwert als moderat zu bezeichnen, was bedeutet, dass die Antworten der Mehrheit der Teilnehmer*innen nah beieinander liegen und keine extremen Ausreißer in den Randbereichen (insbesondere bei Kategorie 5) auftreten.

Die Konkretisierung der vorherigen Frage erfolgt durch die Auswertung, worauf das damalige Gefühl der Zufriedenheit oder Unzufriedenheit zurückgeführt wird. Diese zeigt vielfältige Einflussfaktoren (siehe Abb. 9 rechts). Besonders prägend sind dabei „Mein Körper & Aussehen“ mit $n = 34$ sowie „Schule & Noten“ mit $n = 31$. Auch das familiäre Umfeld ($n = 29$) und Einflüsse durch Social Media & Vergleiche ($n = 24$) spielen für einen großen Teil der Befragten eine bedeutende Rolle. Neben diesen Kategorien wurden in den offenen Antworten unter „Sonstiges“ spezifische persönliche Erfahrungen genannt, wie beispielsweise die Herausforderung, in der Schule nur wenige enge Freunde zu haben und Schwierigkeiten beim Anschlussfinden zu erleben, wobei explizit angemerkt wurde, dass kein Mobbing oder Ärgern stattgefunden habe.

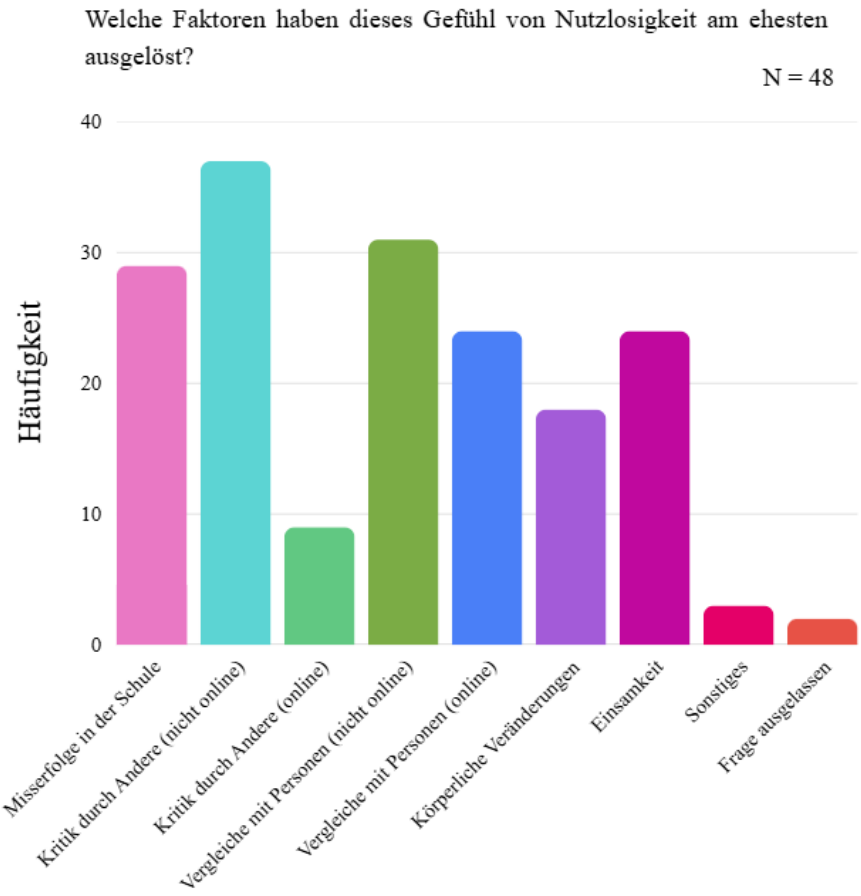
Retrospektiver Glaube nichts zu taugen/nutzlos zu sein

Abbildung 11: Retrospektiver Glaube nichts zu taugen



Die Darstellung verdeutlicht eine recht breite Streuung der Antworten (siehe Abb. 10). Betrachtet man die Verteilung der absoluten Häufigkeiten, zeigt sich, dass die Antwortmöglichkeit „4“ am häufigsten gewählt wurde (20 Personen). Die geringste Zustimmung fand sich bei den Antwortmöglichkeiten „1“ sowie „3“, welche jeweils nur von 6 Personen gewählt wurden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass eine Mehrheit der Befragten den Wert 4 oder höher wählte ($n = 27\ Personen$), während 17 Personen eher dazu tendierten, dass die Aussage weniger oder gar nicht auf sie zutraf (Werte 1 und 2).

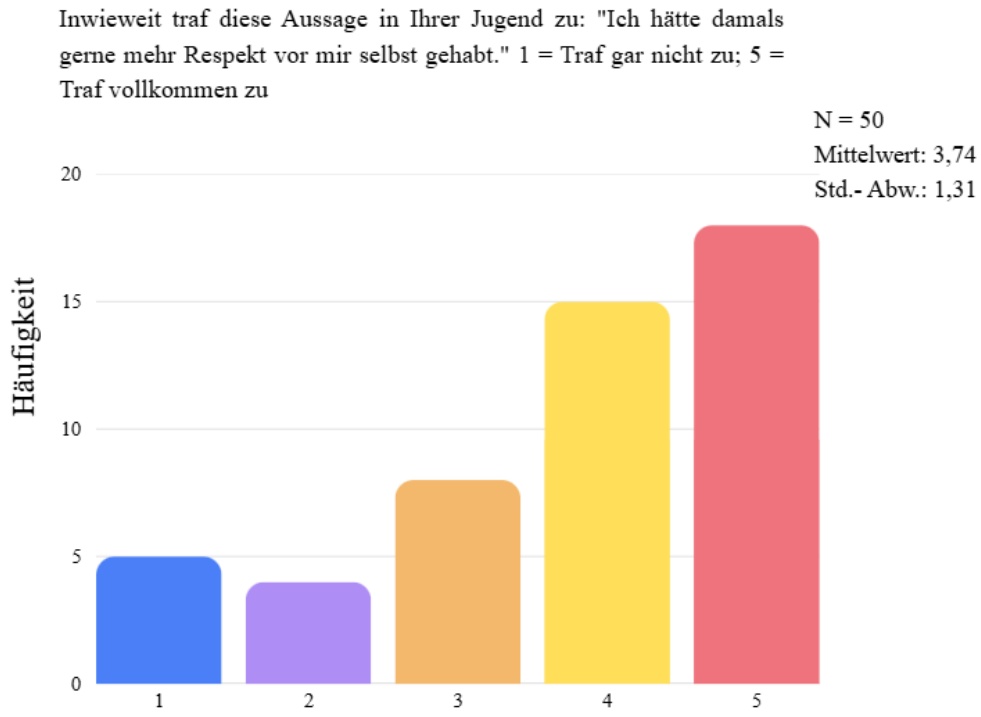
Abbildung 13: Faktoren des Nutzlosfühlens



Am häufigsten wurde „Kritik durch Andere (nicht online)“ als auslösender Faktor genannt, auf den 37 der Befragten verwiesen (siehe Abbildung 11). Dahinter folgen mit 31 Nennungen „Vergleiche mit Personen (nicht online)“ sowie mit 29 Nennungen „Misserfolge in der Schule“. Die am wenigsten häufig gewählte Kategorie (abgesehen von Sonstigem und Nicht-Antworten) war die „Kritik durch Andere (online)“ mit 9 Nennungen. Eine Besonderheit dieser Auswertung liegt in den individuellen Rückmeldungen unter „Sonstiges“, die das Bild um persönliche psychische und familiäre Belastungsfaktoren ergänzen. So wurden neben „Selbstkritik/Selbsthass“ auch der hohe Leistungsdruck durch die Familie sowie die damit verbundene verbale Herabwürdigung durch den Vater („dumme Sprüche“ bei Noten unter 1,0) explizit als Ursachen für das Gefühl der Nutzlosigkeit hervorgehoben.

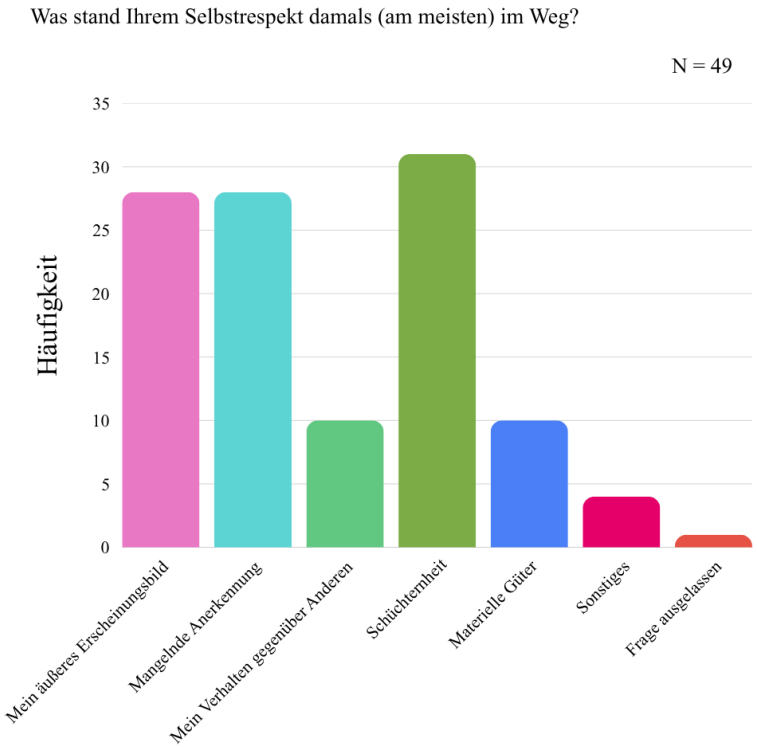
Retrospektiver Selbstrespekt

Abbildung 15: Retrospektiver Selbstrespekt



Die Standardabweichung deutet auf eine moderate bis stärkere Streuung in den Antworten hin. Betrachtet man die absoluten Häufigkeiten, zeigt sich, dass der Wunsch nach mehr Selbstrespekt am stärksten ausgeprägt war: Mit 18 Personen fällt der Höchstwert auf die Antwortmöglichkeit „5“ („traf vollkommen zu“), dicht gefolgt von 15 Personen, die den Wert „4“ wählten. Im Gegensatz dazu gaben lediglich 4 Personen die Antwort „2“ an, was den niedrigsten Wert in der Verteilung darstellt (siehe Abb. 12). Inhaltlich bedeutet dies, dass die Mehrheit der Befragten (insgesamt 33 Personen bei den Werten 4 und 5) rückblickend ein Defizit im eigenen Selbstrespekt wahrnimmt.

Abbildung 17: Retrospektive Hindernisse für fehlender Selbstrespekt



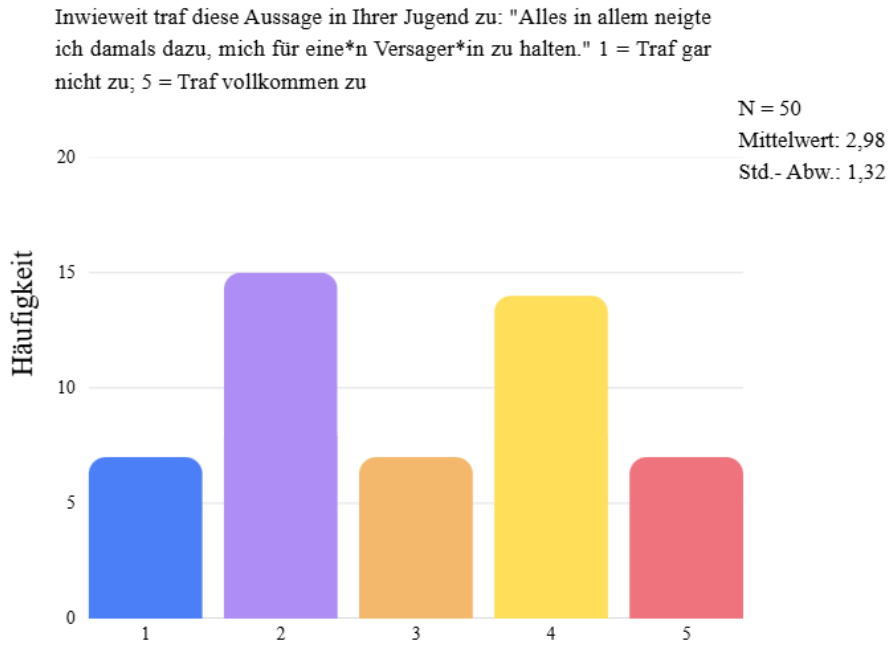
Am häufigsten wurde „Schüchternheit“ als hemmender Faktor genannt, auf den 31 der Befragten verwiesen (siehe Abb. 13). Ebenfalls eine zentrale Rolle spielten „Mein äußeres Erscheinungsbild“ sowie „Mangelnde Anerkennung“, die jeweils von 28 Personen als Hindernis identifiziert wurden. Die geringste Häufigkeit unter den vorgegebenen Kategorien wiesen „Mein Verhalten gegenüber Anderen“ und „Materielle Güter“ auf, die jeweils von 10 Personen gewählt wurden.

Eine Besonderheit dieser Auswertung ergibt sich aus den offenen Antworten unter „Sonstiges“. Hier zeigen sich tiefgreifende soziale und psychologische Belastungsfaktoren:

- Ein Befragter nannte „Disziplin“ als hinderlich.
- Ein*e weitere*r Teilnehmer*in berichtete von „Einsamkeit“, die dadurch entstand, dass die Person ausgeschlossen wurde und sich ehemalige Freunde zu Mobbern entwickelten.
- Zudem wurde „Kein Selbstbewusstsein“ als wesentlicher Punkt angeführt.
- Ein*e Teilnehmer*in gab hingegen an, dass der Person „Nichts“ im Weg stand.

Retrospektiv: Sich wie ein*e Versager*in fühlen

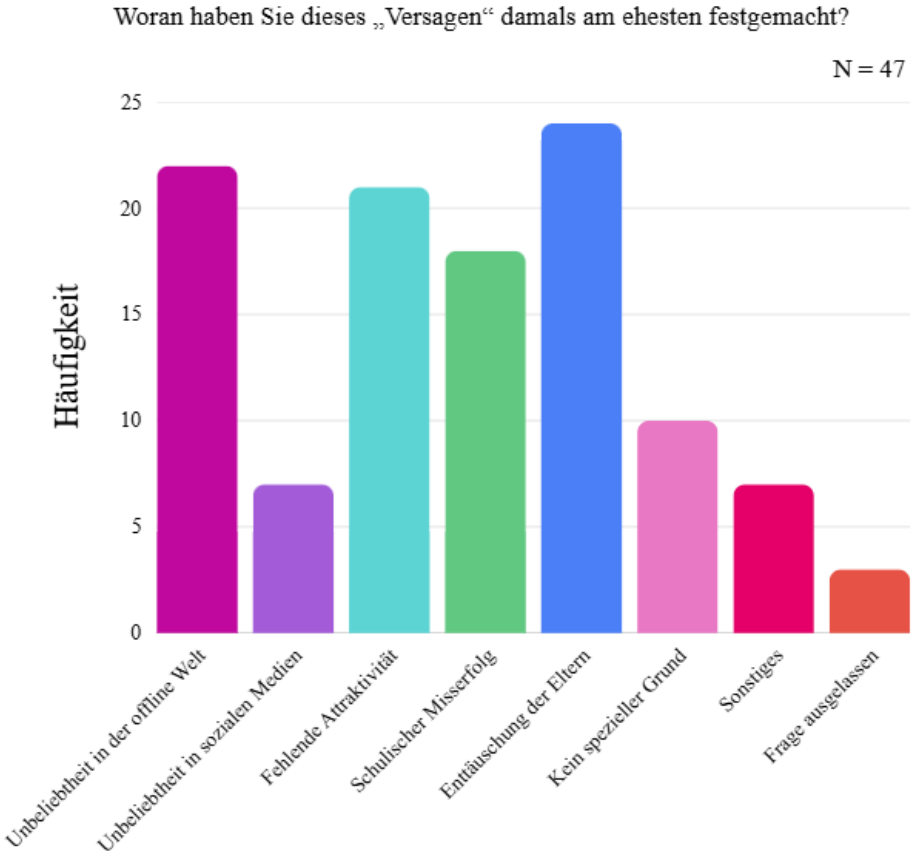
Abbildung 19: Sich wie ein*e Versager*in fühlen



Die Auswertung der Aussage „Alles in allem neigte ich damals dazu, mich für eine*n *Versager*in zu halten“ zeigt eine heterogene Verteilung. Hinsichtlich der Verteilung ist festzuhalten, dass die Antwortmöglichkeit „2“ mit 15 Nennungen am häufigsten gewählt wurde (siehe Abb.14). Die niedrigsten Häufigkeiten finden sich bei den Kategorien „1“, „3“ und „5“, die jeweils von genau 7 Personen ausgewählt wurden. Dies bedeutet, dass die Selbstwahrnehmung als „Versager*in“ kein einheitliches Bild zeichnet.

Während ein signifikanter Teil der Befragten (15 Personen bei „2“ und 7 Personen bei „1“) eher ablehnend auf die Aussage reagierte, existiert mit 14 Personen bei „4“ und 7 Personen bei „5“ eine ebenso relevante Gruppe, die dieses Gefühl der eigenen Unzulänglichkeit stärker bejahte.

Abbildung 21: Gründe für das Versagen

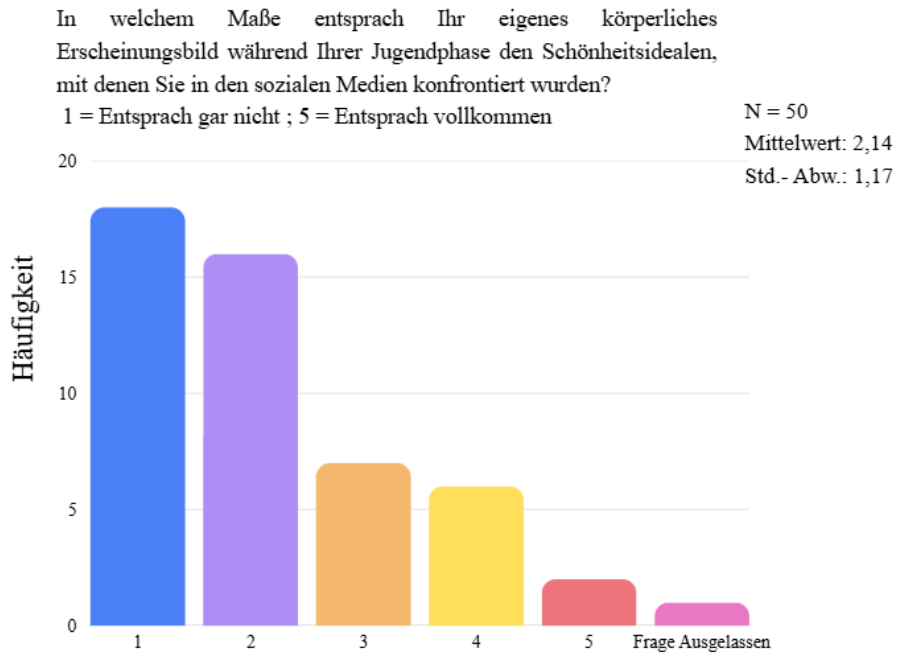


Am häufigsten nannten die Befragten die „Enttäuschung der Eltern“ als zentralen Punkt, welcher von 24 Personen gewählt wurde (siehe Abb. 15). Ebenfalls häufig genannt wurden „Unbeliebtheit in der offline Welt“ (22 Personen) sowie „Fehlende Attraktivität“ (21 Personen). Die geringste Häufigkeit unter den vorgegebenen Kategorien wies „Unbeliebtheit in sozialen Medien“ mit lediglich 7 Nennungen auf. Besonders aufschlussreich sind die individuellen Ergänzungen unter „Sonstiges“, welche die vielfältigen persönlichen Hintergründe des Gefühls des Versagens verdeutlichen.

Neben physischen Aspekten wie dem „Zu dick“-Sein, wurden soziale und psychische Faktoren wie ein „Gefühl von Fremdheit“, die „Angst hinter den anderen zurückzubleiben“ oder der „Vergleich mit anderen“ explizit als Gründe genannt. Ein*e Befragte*r differenzierte zudem, dass nicht die Unbeliebtheit an sich, sondern spezifisch „die negativen Äußerungen meiner Mitmenschen“ ausschlaggebend waren. Einige Teilnehmer*innen gaben zudem an, dass für sie „Nichts“ oder „Nein“ auf diese Fragestellung zutraf.

Einschätzungen Eigenes Körperbild in Social Media

Abbildung 23: Einschätzung des eigenen Körperbildes



Die Verteilung der Häufigkeiten zeigt, dass der Großteil der Befragten deren Aussehen eher als geringfügig übereinstimmend mit den medialen Idealen wahrnahm: Mit 18 Nennungen entfällt der Höchstwert auf die Stufe 1, dicht gefolgt von Stufe 2 mit 16 Nennungen (siehe Abb. 16). Auf den mittleren beziehungsweise höheren Skalenstufen nehmen die Häufigkeiten deutlich ab, wobei 7 Personen die Stufe 3, 6 Personen die Stufe 4 und lediglich 2 Personen die Stufe 5 wählten. Ein einzelner Datensatz wurde als „Frage Ausgelassen“ markiert.

Verbesserung/Verschlechterung des Wohlbefindens im Vergleich zu der Jugendphase

Antwort	Anzahl
Mein Wohlbefinden ist heute deutlich schlechter	1
Mein Wohlbefinden ist heute etwas schlechter	5
Mein Wohlbefinden ist unverändert	3
Mein Wohlbefinden ist heute etwas besser	18
Mein Wohlbefinden ist heute deutlich besser	21
Sonstiges	2
Summe (gültige Antworten)	**48**

Die Ergebnisse verdeutlichen eine überwiegend positive Entwicklung des Wohlbefindens (siehe Tabelle). Insgesamt 39 der befragten Personen berichten von einer Steigerung ihres Wohlbefindens, wobei 21 Personen angeben, dass sich ihr Befinden „deutlich besser“ darstellt und 18 Personen eine „etwas bessere“ Verfassung konstatieren. Im Gegensatz dazu gaben 3 Personen an, keine Veränderung wahrzunehmen, während eine Verschlechterung des Wohlbefindens von insgesamt 6 Personen (5

Personen „etwas schlechter“, 1 Person „deutlich schlechter“) berichtet wurde. Zusätzliche qualitative Angaben unterstreichen diese Entwicklung: Teilnehmer*innen, die im Rahmen der offenen Antwortmöglichkeiten („Sonstiges“) ihre Einschätzung präzisierten, führten dies auf eine gesteigerte Selbstreflexion und ein höheres Selbstbewusstsein zurück. Gleichzeitig wurde jedoch darauf hingewiesen, dass trotz einer positiveren Gesamtbewertung weiterhin hohe Leistungsansprüche an die eigene Person bestehen bleiben.

5.1.4 Analytische Ergebnisse: Zusammenhänge (Mediennutzung & Selbstbild)

Zusammenhang: Social-Media-Nutzung & Selbstwert (retrospektiv)

Die berechnete Pearson-Korrelation von $-0{,}252$ deutet auf einen schwachen, negativen linearen Zusammenhang zwischen diesen beiden Variablen hin, was tendenziell bedeutet, dass mit einer steigenden täglichen Mediennutzungsdauer der Selbstwert leicht sinkt. Da der Signifikanzwert $p = 0{,}078$ über dem üblichen Schwellenwert liegt, kann kein Zusammenhang zwischen den Variablen benannt werden.

Zusammenhang: Mediennutzung & Konventionelle Attraktivität (retrospektiv)

Diese Analyse untersucht, ob es einen statistischen Zusammenhang zwischen der täglichen Mediennutzungsdauer und dem empfundenen Ausmaß gibt, in dem das eigene körperliche Erscheinungsbild während der Jugend den in sozialen Medien präsentierten Schönheitsidealen entsprach. Der berechnete Korrelationskoeffizient von $-0{,}099$ deutet auf einen sehr schwachen, negativen Zusammenhang hin, was bedeutet, dass kaum ein linearer Zusammenhang zwischen der Dauer der Mediennutzung und der subjektiven Einschätzung der Übereinstimmung mit diesen Idealen besteht. Der Signifikanzwert von $0{,}498$ liegt weit über dem üblichen Schwellenwert von $0{,}05$. Dies führt dazu, dass das Ergebnis statistisch nicht signifikant ist. Das bedeutet, dass der gefundene minimale Zusammenhang lediglich auf Zufallsvariationen in dieser Stichprobe beruhen dürfte und kein verallgemeinerbarer Effekt auf die Grundgesamtheit abgeleitet werden kann.

Zusammenhang: Mediennutzung & Selbstoptimierungsdruck (retrospektiv)

Hier wird der Zusammenhang zwischen der täglichen Mediennutzungsdauer in der Jugendzeit und dem empfundenen „Selbstoptimierungsdruck“ in der Jugendzeit bei einer Stichprobe von $N = 47$ Personen untersucht. Der berechnete Pearson-Korrelationskoeffizient von $0{,}262$ deutet auf einen schwachen, positiven linearen Zusammenhang hin. Dies bedeutet tendenziell, dass mit einer steigenden täglichen Mediennutzungsdauer auch der empfundene Selbstoptimierungsdruck leicht zunimmt. Um die statistische Belastbarkeit dieses Ergebnisses einzuordnen, ist der Signifikanzwert heranzuziehen, dieser liegt bei $0{,}075$. Da dieser Wert über dem in der

Sozialforschung üblichen Schwellenwert von 0,05 liegt, ist der beobachtete positive Zusammenhang statistisch nicht signifikant. Dies bedeutet: Obwohl ein schwacher positiver Trend in den Daten erkennbar ist, reicht die statistische Evidenz in dieser Stichprobe nicht aus, um sicherzustellen, dass dieser Zusammenhang nicht lediglich durch Zufall entstanden ist. Ein verallgemeinerbarer Rückschluss auf die Grundgesamtheit ist auf Basis dieses Ergebnisses daher wissenschaftlich nicht haltbar.

Zusammenhang: Visuelle Plattformen & Selbstwert (retrospektiv)

Der berechnete Pearson-Korrelationskoeffizient von $-0{,}183$ deutet auf einen sehr schwachen, negativen linearen Zusammenhang hin. Dies bedeutet, dass mit einer steigenden Anzahl der genutzten visuellen Plattformen der Selbstwert leicht sinkt. Hinsichtlich der statistischen Aussagekraft ergibt sich ein Signifikanzwert von $0{,}203$. Da dieser Wert deutlich über dem üblichen Schwellenwert von $0{,}05$ liegt, ist der beobachtete Zusammenhang statistisch nicht signifikant. Dies impliziert, dass der schwache negative Trend in diesem Datensatz sehr wahrscheinlich auf Zufallseffekten beruht und keine generalisierbare Aussage über einen tatsächlichen negativen Einfluss der visuellen Plattformnutzung auf den Selbstwert zulässt.

Zusammenhang: Körperzentrierte Medieninhalte & Selbstwert (retrospektiv)

Diese Untersuchung analysiert den Zusammenhang zwischen dem Konsum körperzentrierter Medieninhalte während der Jugend und dem retrospektiven Selbstwert der Jugend („SelbstwertRetroGesamt“) bei einer Stichprobe von $N = 50$ Personen.

Der berechnete Pearson-Korrelationskoeffizient von $-0{,}133$ weist auf einen sehr schwachen, negativen linearen Zusammenhang hin. Dies impliziert, dass mit einer steigenden Anzahl konsumierter körperzentrierter Medieninhalte der Selbstwert geringfügig sinkt. Mit einem Signifikanzwert von $0{,}359$ liegt das Ergebnis jedoch deutlich über dem gängigen Schwellenwert von $0{,}05$. Folglich ist der beobachtete Zusammenhang statistisch nicht signifikant, was bedeutet, dass der Effekt in dieser Stichprobe wahrscheinlich auf Zufallsschwankungen zurückzuführen ist und keine verallgemeinerbare Aussage über einen tatsächlichen Einfluss auf den Selbstwert zulässt.

Zusammenhang: Körperzentrierte Medieninhalte (retrospektiv) & Selbstoptimierungsdruck (aktuell)

Die vorliegende Analyse untersucht den Zusammenhang zwischen der Intensität des Konsums körperzentrierter Medieninhalte in der Jugend und dem aktuell empfundenen Selbstoptimierungsdruck bei einer Stichprobe von $N = 47$ Personen. Die Ergebnisse zeigen einen Pearson-Korrelationskoeffizienten von $0{,}429$, was auf einen moderaten, positiven linearen Zusammenhang hindeutet. Dies bedeutet, dass eine höhere Frequenz des Konsums körperzentrierter

Inhalte in der Jugendzeit mit einem stärker ausgeprägten Selbstoptimierungsdruck einhergeht. Besonders hervorzuheben ist, dass dieses Ergebnis mit einem p-Wert von 0,003 statistisch hoch signifikant ist, da es deutlich unter dem üblichen Schwellenwert von 0,05 (und sogar unter 0,01) liegt. Der gefundene Zusammenhang ist somit statistisch robust und lässt auf einen tatsächlichen Effekt schließen, der über zufällige Stichprobenschwankungen hinausgeht.

Zusammenhang: Visuelle Plattformen & Selbstoptimierungsdruck (retrospektiv)

Die Analyse untersucht den Zusammenhang zwischen der Nutzung visuell geprägter Plattformen während der Jugendzeit und dem in der Jugendzeit empfundenen Selbstoptimierungsdruck. Mit einem Pearson-Korrelationskoeffizienten von 0,468 zeigt sich ein moderater bis deutlicher positiver linearer Zusammenhang. Dies bedeutet, dass eine breitere Nutzung visueller sozialen Medien in der Jugendzeit mit einem stärker ausgeprägten Selbstoptimierungsdruck in die einhergeht. Da der Signifikanzwert mit $p < 0{,}001$ deutlich unter dem Niveau von 0,01 liegt, ist dieses Ergebnis hoch signifikant und statistisch sehr robust. Somit lässt sich ein realer Zusammenhang zwischen der intensiven Nutzung dieser Plattformen und dem in der Jugend empfundenen Selbstoptimierungsdruck feststellen.

Zusammenhang: Screentime & Wohlbefinden (aktuell)

Die vorliegende statistische Analyse untersucht den Zusammenhang zwischen der aktuellen Mediennutzungszeit und dem aktuell empfundenen Selbstwert bei einer Stichprobe von $N = 50$ Personen. Der berechnete Pearson-Korrelationskoeffizient von $-0{,}383$ deutet auf einen moderaten, negativen linearen Zusammenhang hin. Dies bedeutet, dass eine höhere Mediennutzung im Jugendalter tendenziell mit einem niedrigeren aktuellen Selbstwert einhergeht. Hinsichtlich der statistischen Aussagekraft ist hervorzuheben, dass der Signifikanzwert mit 0,006 deutlich unter dem Schwellenwert von 0,01 liegt. Das Ergebnis ist somit statistisch hoch signifikant, was darauf hindeutet, dass der beobachtete negative Zusammenhang nicht bloß zufällig in dieser Stichprobe aufgetreten ist, sondern eine robuste statistische Basis besitzt.

Zusammenhang: Verunsicherung aufgrund körperbezogener/sexualisierter Inhalte und körperbezogenen Medieninhalte (retrospektiv)

Die vorliegende Analyse untersucht den Zusammenhang zwischen der Intensität des Konsums körperzentrierter Medieninhalte in der Jugend („KörperzentrierteInhalteSummeFrüher“) und dem Ausmaß der Verunsicherung, die durch die Konfrontation mit sexualisierten oder stark körperbetonten Inhalten anderer (z. B. idealisierte Selbstdarstellungen) in der Jugend ausgelöst wurde. Die Variable zur Erfassung der Verunsicherung wurde als Likert-Skala (1 = „Gar nicht verunsichert“ bis 5 = „Sehr stark verunsichert“) direkt aus der Umfrage übernommen, während die Variable zu den körperzentrierten Inhalten wie zuvor beschrieben als Summenindex aus den Bereichen Fitness, Lifestyle, Beauty und Fashion konstruiert wurde. Der berechnete

Pearson-Korrelationskoeffizient von 0,400 deutet auf einen moderaten, positiven linearen Zusammenhang hin. Dies bedeutet, dass eine höhere Frequenz des Konsums körperzentrierter Medieninhalte während der Jugendzeit systematisch mit einer stärkeren persönlichen Verunsicherung in Bezug auf den eigenen Körper und Selbstwert einhergeht. Da der Signifikanzwert mit $p = 0{,}004$ deutlich unter dem Schwellenwert von 0,01 liegt, ist dieses Ergebnis hoch signifikant. Dies bestätigt eine statistisch robuste Beziehung: Der Effekt ist mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit kein Zufallsergebnis der Stichprobe, sondern weist auf einen realen Zusammenhang zwischen der Medienkonfrontation und dem psychologischen Verunsicherungserleben in der untersuchten Grundgesamtheit hin.

Zusammenhang: Verunsicherung aufgrund Körperbezogener/sexualisierter Inhalte und visuelle Medien (retrospektiv)

Die folgende Analyse untersucht den Zusammenhang zwischen der Nutzung stark visuell Plattformen während der Jugendzeit und dem Ausmaß der Verunsicherung, die durch die Konfrontation mit sexualisierten oder stark körperbetonten Inhalten in diesem Lebensabschnitt ausgelöst wurde. Der berechnete Pearson-Korrelationskoeffizient von 0,299 deutet auf einen schwachen bis moderaten, positiven linearen Zusammenhang hin. Dies bedeutet, dass eine intensivere Nutzung visueller Plattformen während der Jugendzeit tendenziell mit einer stärkeren persönlichen Verunsicherung in Bezug auf das damalige Körper- und Selbstwertgefühl einherging. Mit einem Signifikanzwert von $p = 0{,}037$ liegt das Ergebnis unter dem Schwellenwert von 0,05, womit der Zusammenhang als statistisch signifikant gilt. Dies legt nahe, dass der beobachtete positive Zusammenhang zwischen der Nutzung visueller Plattformen und der empfundenen Verunsicherung nicht allein auf Zufall beruht.

5.1.5 Analytische Ergebnisse: Gruppenunterschiede & Zeitvergleiche

Geschlechterunterschiede: Selbstwert

Um zu untersuchen, ob sich der retrospektive Selbstwert signifikant zwischen den Geschlechtergruppen unterscheidet, wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen einen F-Wert von 0,099 bei einem Signifikanzniveau von 0,906. Da der p-Wert deutlich über dem kritischen Schwellenwert von 0,05 liegt, ist das Ergebnis statistisch nicht signifikant. Dies bedeutet, dass in dieser Stichprobe keine statistisch nachweisbaren Unterschiede im Selbstwert zwischen den verschiedenen Geschlechtergruppen existieren. Die deskriptive Betrachtung der Mittelwerte bestätigt dieses Bild einer weitgehend homogenen Verteilung über die Geschlechter hinweg: Die männlichen Befragten erzielen einen Mittelwert von 2,6316, während die weiblichen Befragten bei einem sehr ähnlichen Wert von 2,5250 liegen. Die Person in der Kategorie „divers“ erreichte einen Wert von 2,7500; aufgrund der geringen Fallzahl ($N = 1$) ist dieser Wert jedoch nicht repräsentativ und für den Gruppenvergleich nicht belastbar. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Geschlecht in dieser Untersuchung

keinen Einfluss auf die Ausprägung des retrospektiven Selbstwerts hat und somit als Einflussfaktor für diese Variable ausgeschlossen werden kann.

Geschlechterunterschiede: Optimierungsdruck

Im Rahmen der statistischen Auswertung wurde mittels einer einfaktoriellen Varianzanalyse (ANOVA) geprüft, ob das Geschlecht einen signifikanten Einfluss auf den empfundenen Selbstoptimierungsdruck ausübt. Die Analyse ergab einen F-Wert von 3,521. Dieser Wert gibt das Verhältnis zwischen der systematischen Streuung zwischen den Geschlechtergruppen und der unsystematischen Streuung innerhalb der Gruppen an; ein Wert über 1 deutet dabei auf einen vorhandenen Unterschied hin. Der zugehörige Signifikanzwert liegt bei 0,038, was die statistische Signifikanz des Geschlechterunterschieds in der untersuchten Stichprobe unter dem üblichen Schwellenwert von 0,05 bestätigt. Die berechnete Effektstärke von 0,138 (Eta-Quadrat) verdeutlicht zudem ein moderates Ausmaß dieses Unterschieds.

Die Skala der Ergebnisse ist im Format der Likert Skala von 1 (Kein Optimierungsdruck) bis 5 (sehr hoher Optimierungsdruck). Die deskriptiven Mittelwerte unterstreichen diesen Befund: Während die männlichen Befragten einen Mittelwert von 1,7500 aufweisen, liegt dieser bei den weiblichen Befragten mit 2,5172 deutlich höher. Die Kategorie „divers“ erreichte einen Wert von 3,2500, wobei dieser aufgrund der geringen Fallzahl ($N = 1$) nicht als repräsentativ gewertet werden kann und daher bei der Interpretation der Gruppenunterschiede nachrangig zu behandeln ist. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Geschlecht einen statistisch nachweisbaren Einfluss auf den Selbstoptimierungsdruck hat, wobei weibliche Befragte in dieser Stichprobe einen im Durchschnitt höheren Optimierungsdruck berichten als männliche Befragte.

Geschlechterunterschiede: Bearbeitungsdrang

Im Rahmen der statistischen Auswertung wurde der Drang zur Bildbearbeitung in der Jugend mittels einer einfaktoriellen Varianzanalyse (ANOVA) untersucht. Hierzu wurden zunächst die Variablen „BearbeitungGesichtFrüher“ und „BearbeitungKörperFrüher“ von einer ursprünglichen 4-stufigen Skala in eine numerische Skala 0 (Nie); 1 (Selten); 2 (Manchmal); 3 (Oft) und 4 (Immer) umkodiert und anschließend zu einem Mittelwertindex („BearbeitungJugend“) zusammengefasst.

Die Analyse ergab einen F-Wert von 5,553 welcher das Verhältnis zwischen der systematischen Streuung zwischen den Geschlechtergruppen und der Streuung innerhalb der Gruppen beschreibt. Mit einem Signifikanzwert von 0,007 liegt ein statistisch hoch signifikanter Unterschied vor, da der Wert unter dem Schwellenwert von 0,05 liegt. Die Effektstärke von 0,198 (Eta-Quadrat) verdeutlicht zudem einen moderaten bis starken Einfluss des Geschlechts auf das bearbeitungsbezogene Verhalten.

Betrachtet man die deskriptiven Mittelwerte auf der Skala von 0 (Nie) bis 4 (Immer), so zeigt sich, dass die weiblichen Befragten mit einem Wert von 2,2069 den Drang zur Bildbearbeitung im Bereich „manchmal“ ansiedeln, während die männlichen Befragten mit einem Wert von 1,0833 eine Häufigkeit von „selten“ aufweisen. Die Kategorie „divers“ erreichte einen Wert von 2,5000, wohingegen dieser aufgrund der geringen Fallzahl ($N = 1$) nicht als repräsentativ für die Grundgesamtheit gewertet wurde. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass weibliche Befragte in dieser Stichprobe einen signifikant stärkeren Drang zur Bildbearbeitung in der Jugendzeit aufwiesen als männliche Befragte.

Geschlechterunterschiede: Verunsicherung durch sexualisierte Inhalte

Im Rahmen der statistischen Auswertung wurde mittels einer einfaktoriellen Varianzanalyse (ANOVA) geprüft, ob das Geschlecht einen signifikanten Einfluss auf die persönliche Verunsicherung durch die Konfrontation mit sexualisierten oder stark körperbetonten Inhalten anderer ausübt. Die Analyse ergab einen F-Wert von 2,001. Der zugehörige Signifikanzwert liegt bei 0,147 was bedeutet, dass das Ergebnis den üblichen Schwellenwert von 0,05 überschreitet. Somit ist der Unterschied zwischen den Geschlechtergruppen in dieser Stichprobe statistisch nicht signifikant. Die berechnete Effektstärke von 0,080 (Eta-Quadrat) deutet zudem nur auf einen geringen Einfluss des Geschlechts hin.

Ergänzend hierzu zeigt die deskriptive Betrachtung der Mittelwerte (Skala: 1 = „Gar nicht verunsichert“ bis 5 = „Sehr stark verunsichert“), dass die weiblichen Befragten mit einem Mittelwert von 3,57 eine höhere Tendenz zur Verunsicherung berichten als die männlichen Befragten ($M = 2{,}78$). Die Person in der Kategorie „divers“ erreichte einen Wert von 4,00; aufgrund der geringen Fallzahl ($N = 1$) ist dieser Wert jedoch nicht repräsentativ und für den Gruppenvergleich nicht belastbar.

Obwohl sich in der deskriptiven Betrachtung Unterschiede bei den Mittelwerten zeigen, lässt sich aufgrund des nicht signifikanten p-Werts kein statistisch belastbarer Unterschied zwischen den Geschlechtern hinsichtlich der Verunsicherung durch sexualisierte Inhalte feststellen. Das Geschlecht erweist sich in diesem Zusammenhang nicht als maßgeblicher Erklärungsfaktor.

Zeitvergleich: Selbstwert (retrospektiv vs. heute)

Zur Untersuchung der Veränderung des Selbstwerts zwischen dem retrospektiven Zeitpunkt („früher“) und dem aktuellen Zeitpunkt wurde ein t-Test für gepaarte Stichproben durchgeführt. Die Analyse ergab einen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Messzeitpunkten ($t = -7{,}373$; $p < 0{,}001$). Ein Vergleich der deskriptiven Statistiken zeigt, dass der Mittelwert des Selbstwerts von retrospektiv 2,5700 auf aktuell 3,5100 gestiegen ist. Die berechnete Effektstärke nach Cohen's d von -1,043 deutet dabei auf einen sehr starken Effekt hin. Die Korrelation

zwischen den beiden Messzeitpunkten liegt bei 0,485 ($p < 0{,}001$), was auf einen moderaten positiven Zusammenhang zwischen dem früheren und dem heutigen Selbstwert hinweist.

Es lässt sich eine hochsignifikante positive Entwicklung des Selbstwerts über den betrachteten Zeitraum feststellen.

Zeitvergleich: Körperzentrierte Inhalte (retrospektiv vs. aktuell)

Zur Untersuchung der Veränderung bei der Konfrontation mit körperzentrierten Inhalten zwischen dem retrospektiven Zeitpunkt („früher“) und dem aktuellen Zeitpunkt wurde ein t-Test für gepaarte Stichproben durchgeführt. Die Analyse zeigt keinen signifikanten Unterschied zwischen den beiden Messzeitpunkten ($t = -1{,}000$; $p = 0{,}322$). Ein Vergleich der deskriptiven Statistiken verdeutlicht, dass die Konfrontation mit körperzentrierten Inhalten im Durchschnitt von retrospektiv 1,2400 auf aktuell 1,4200 leicht gestiegen ist. Da der p-Wert jedoch deutlich über dem üblichen Schwellenwert von 0,05 liegt, ist dieser Unterschied statistisch nicht signifikant. Die berechnete Effektstärke nach Cohen's d von $-0{,}141$ unterstreicht zudem, dass es sich lediglich um einen sehr geringen Effekt handelt.
Es lässt sich keine statistisch nachweisbare Veränderung in der Häufigkeit der Konfrontation mit körperzentrierten Inhalten über den betrachteten Zeitraum feststellen; das Ausmaß der Konfrontation kann als über den Zeitverlauf hinweg stabil betrachtet werden.

Zeitvergleich: Nutzungszeit (frühe Jugend vs. späte Jugend vs. aktuell)

Zur Untersuchung der Veränderung der täglichen Nutzungsdauer über die drei Lebensphasen wurde eine Varianzanalyse mit Messwiederholung durchgeführt. Die Analyse zeigt einen hochsignifikanten Haupteffekt der Lebensphase ($F(2{,}98) = 28{,}483$; $p < 0{,}001$), was darauf hindeutet, dass sich die Nutzungsdauer über den Zeitverlauf hinweg signifikant unterscheidet. Die deskriptive Betrachtung der Mittelwerte verdeutlicht den Verlauf: Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer steigt von der frühen Jugend ($M = 1{,}90$) auf die späte Jugend ($M = 3{,}36$) deutlich an. Im aktuellen Lebensabschnitt (Ü18) sinkt der Wert auf 2,76 Stunden pro Tag ab, bleibt damit jedoch weiterhin über dem Niveau der frühen Jugend.

Ergänzend hierzu bestätigt die Auswertung einen hochsignifikanten linearen als auch einen hochsignifikanten quadratischen Trend ($p < 0{,}001$). Dies unterstreicht, dass die Entwicklung der Nutzungsdauer keiner rein linearen Zunahme folgt, sondern einen kurvenförmigen Verlauf aufweist, der durch den Anstieg in der späten Jugend und die anschließende leichte Abnahme im aktuellen Lebensabschnitt gekennzeichnet ist. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Nutzungsdauer im Zeitverlauf signifikanten Schwankungen unterliegt, mit einem Nutzungsmaximum in der späten Jugendphase.

5.2 Qualitative Befunde

Ergebnisse der Nutzungsanalyse sozialer Medien

Die qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Rädiker (2024) verdeutlicht, dass die Veränderung des Nutzungsverhaltens in den sozialen Medien primär durch drei Hauptkategorien (HK) determiniert wird: die Gründe für eine intensivierte Nutzung (HK 1), die Ursachen für eine reduzierte Nutzung (HK 2) sowie Faktoren, die zu einer konstanten Nutzung führen (HK 3). Mit einer Nennung von 23 Fällen überwiegen die Gründe für eine Reduktion des Konsums deutlich gegenüber den 14 Nennungen, die eine Zunahme begründen. Nur in drei Fällen wurde eine Konstanz im Nutzungsverhalten berichtet.

In Bezug auf die Gründe für eine Zunahme (HK 1) zeigt sich, dass vor allem die Integration in den Alltag und berufliche Anforderungen (4 Nennungen) sowie die Faszination durch Shortform-Content und algorithmische Mechanismen (3 Nennungen) treibende Faktoren sind. Auch der Wegfall elterlicher Restriktionen (3 Nennungen) wird als zentraler Grund für ein gesteigertes Nutzungsverhalten angeführt, da die eigenverantwortliche Zeitgestaltung zunimmt. Dem gegenüber stehen die Ursachen für eine reduzierte Nutzung (HK 2), bei denen ein gestiegenes Bewusstsein und Selbstreflexion (8 Nennungen) die mit Abstand wichtigste Rolle spielen. Die Befragten reflektieren kritisch über ihren Konsum, was häufig in einem bewussten „Detox“ oder dem Bekämpfen von Suchtverhalten (4 Nennungen) resultiert. Zudem nennen die Proband*innen häufig Zeitmangel (5 Nennungen) oder das Gefühl, dass soziale Medien keinen persönlichen Mehrwert bieten (3 Nennungen), als Gründe für den Rückzug. Eine Person schildert, sie habe mit der Zeit verstanden, dass es sich bei der Inszenierung auf Instagram lediglich um ein weiteres Geschäftsmodell handle. Der Abstand tue ihr gut, und je weniger sie die Plattform genutzt habe, desto glücklicher sei sie geworden. Schließlich zeigt HK 3 auf, dass eine Konstanz im Verhalten nur selten auftritt und primär durch die verfügbare Zeit oder eine bloße Verlagerung der medialen Aktivitäten bei gleichbleibendem Volumen begründet wird.

Ergebnisse zur retrospektiven Einschätzung der Selbstzufriedenheit

Die qualitative Inhaltsanalyse zur retrospektiven Einschätzung der Selbstzufriedenheit offenbart ein komplexes Geflecht aus psychosozialen Belastungsfaktoren, die die Selbstzufriedenheit während der Jugendzeit maßgeblich beeinflussten. Die Analyse gliedert sich in fünf Hauptkategorien (HK), wobei die psychische Gesundheit und das Selbstbild (HK 4, 34 Nennungen) sowie soziale Vergleiche und Idealbilder (HK 1, 31 Nennungen) die mit Abstand am häufigsten genannten Einflussfaktoren darstellen. Ergänzt wird dieses Bild durch Erfahrungen mit Mobbing und sozialen Ausgrenzungen (HK 2, 23 Nennungen) sowie familiäre Belastungssituationen (HK 3, 16 Nennungen), während positive Zufriedenheitsaspekte (HK 5) mit nur 6 Nennungen eine untergeordnete Rolle einnehmen.

Das zentrale Ergebnis der Untersuchung ist die Auswirkung von der Nutzung sozialer Medien auf ein negatives Selbstbild. Proband*innen berichten vermehrt von einem ständigen Vergleich mit unrealistischen Körperidealen (17 Nennungen), was direkt zu einer kritischen Selbstbetrachtung und vermindertem Selbstwertgefühl führt. Eine Person berichtet, sie sei damals „extrem gemobbt“ worden, wodurch ihr Selbstbild sehr schlecht gewesen sei. Sie habe sich konstant mit anderen Körpern auf Social Media verglichen und sich gefragt, was sie falsch mache, weshalb sie schließlich eine leichte Essstörung entwickelt habe. Dazu zeigt sich, dass schulische Leistungsanforderungen und der Vergleich von Noten (8 Nennungen) den sozialen Druck verstärkten. Diesbezüglich äußert eine Person, dass die eigenen schulischen Noten damals durchschnittlich und weder überragend noch unterdurchschnittlich gewesen seien, was sie belastete. Ergänzend dazu verdeutlicht die Kategorie Mobbing und soziales Umfeld, dass die Unzufriedenheit häufig durch das Gefühl des „Andersseins“ oder das Nicht-Einhalten sozialer Normen verschärft wurde. Proband*innen beschreiben dies oft als Ausschluss von Trends oder direkte Angriffe durch Mitschüler*innen. Die familiäre Dimension (HK 3) fungiert dabei oft als Verstärker: Während ein stabiles familiäres Umfeld als Schutzfaktor (3 Nennungen) fungierte, belasteten Konflikte oder ein hoher Leistungsdruck die psychische Stabilität zusätzlich. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die mangelnde Selbstzufriedenheit aus einer Kumulation aus externen Erwartungen, medial vermittelten Schönheitsidealen und einem Mangel an emotionaler Sicherheit im privaten Umfeld resultierte.

Einfluss von Nutzlosigkeit Onlineinhalte

Die Analyse zeigt, dass soziale Medien von den Proband*innen in ihrer Jugend ambivalent erlebt wurden. Während 13 Nennungen den Bereich der sozialen Vergleiche und Idealbilder (HK 1) als Belastung hervorheben, berichten 4 Nennungen von negativen Erfahrungen durch soziale Ausgrenzung und Mobbing (HK 2). Demgegenüber stehen 7 Nennungen, in denen die Nutzung von sozialen Medien das Selbstwertgefühl stärkte oder positive Momente ermöglichte (HK 3). Zwei Nennungen ordnen die Nutzung als neutral oder rein zweckgebunden zur Unterhaltung ein (HK 4). Ein signifikanter Teil der Befragten (28 Personen) äußerte sich nicht zu dieser Frage. Die Verstärkung von Gefühlen der Nutzlosigkeit ist stark mit sozialen Vergleichen verknüpft (HK 1, 13 Nennungen). Insbesondere der Vergleich mit Peers, die als erfolgreicher wahrgenommen wurden, oder das Betrachten unrealistischer Idealbilder löste häufig das Gefühl aus, nicht „gut genug“ zu sein. Dies wird durch die Aussage eines/einer Proband*in, dass vor allem der Kontakt mit Jugendlichen mit einem scheinbar perfekten Leben, besseren schulischen Leistungen und mehr Freunden das Gefühl seiner Nutzlosigkeit verstärkt haben, unterstrichen. Ergänzend dazu führten direkte Negativerfahrungen (HK 2, 4 Nennungen), wie Mobbing im digitalen Raum oder ein Gefühl der Einsamkeit, zu psychischer Belastung. Hierzu schreibt eine Person, dass sie „anfangs nur in der Schule“ gemobbt wurde, dies jedoch „Stück für Stück auch online“ passiert sei. Positive Selbstwertmomente (HK 3, 7 Nennungen)

entstanden vor allem durch den aktiven Austausch mit anderem, positivem Feedback auf eigene Inhalte oder inspirierende Fitnessinhalte: „Ich hatte einen eigenen Account mit Freunden […], da gab es viel positives Feedback und ich habe mich weniger alleine Gefühlt“. Neutrale Nutzungen (HK 4, 2 Nennungen) beschränkten sich primär auf den reinen Unterhaltungswert ohne tiefere emotionale Auswirkungen.

Faktoren der Selbstachtung und deren Fehlen in der Jugendphase

Die Analyse der Bedingungen für die Entwicklung von Selbstrespekt während der Jugend verdeutlicht eine ausgeprägte Balance zwischen unterstützenden sozialen Strukturen und einer spürbaren Lücke an notwendiger Anerkennung. Die Daten zeigen, dass sowohl unterstützende Ressourcen (HK 1, 22 Nennungen) als auch die wahrgenommenen Defizite (HK 4, 22 Nennungen) gleichermaßen relevant für das Selbstbild waren. Ergänzend dazu spielten die persönliche Weiterentwicklung durch Aktivitäten (HK 2, 18 Nennungen) sowie professionelle psychologische Unterstützung (HK 3, 9 Nennungen) eine tragende Rolle.

Ein zentraler positiver Faktor für die Selbstachtung war ein stabiles soziales Umfeld. Freunde, familiäre Zuneigung und Zuspruch durch andere fungierten hierbei als wesentlicher Anker, wie es eine Person mit den Worten „Die richtigen Freunde, weniger Zeit auf social Media und Zeit mit Tieren zu verbringen“ benennt. Neben sozialen Beziehungen trugen individuelle Aktivitäten maßgeblich zur Selbstwirksamkeit bei. Sport, Hobbys und das bewusste Ausleben eigener Interessen förderten das Selbstwertgefühl, oft begleitet von einem natürlichen Reifeprozess. Auf der anderen Seite machten die Befragten deutlich, was ihnen fehlte. Vor allem mangelnde Anerkennung durch das soziale Umfeld, die Schule oder die Familie wurde als Belastung aufgeführt. Auch die psychologische Ebene war für viele entscheidend: Therapieangebote boten einen Ausweg aus negativen Gedankenmustern, während die Sehnsucht nach einer „Normalisierung von Anderssein“ oder fehlender Repräsentation (z. B. Körperdiversität) deutlich hervortrat. Diesbezüglich wurde geschildert, dass es einer Person geholfen habe, online Menschen zu sehen, denen es genauso ergangen sei, vor allem im Hinblick auf Themen wie Geschlechtervielfalt, Identität und Sexualität.

Einfluss sozialer Medien auf das Gefühl des Versagens

Die Analyse der Daten verdeutlicht, dass soziale Medien für einen Großteil der Befragten eine erhebliche Rolle bei der Entstehung von Versagensgefühlen spielten, während sie für andere kaum oder gar keine Bedeutung hatten. Mit 25 Nennungen stellen soziale Vergleiche und die Konfrontation mit Idealbildern (HK 1) die mit Abstand stärkste Kategorie dar. Demgegenüber stehen 12 Nennungen, die den sozialen Medien keine oder nur eine geringe Relevanz für ihr persönliches Versagensgefühl zuschreiben (HK 3). Erfahrungen von sozialer Exklusion (HK 2, 2 Nennungen) sowie sonstige Einflüsse (HK 4, 4 Nennungen) bilden kleinere Randbereiche.

Das dominierende Versagensgefühl entstand primär durch den ständigen Vergleich mit den idealisierten Lebensstilen, körperlichen Attributen und Erfolgen anderer Nutzer*innen (HK 1, 25 Nennungen). Viele Befragte schilderten, dass die wahrgenommene Diskrepanz zwischen ihrem eigenen Leben und der kuratierten Online-Präsenz ihrer Peers das Gefühl auslöste, nicht „mithalten zu können". Auch das Gefühl, unattraktiver zu sein oder den Schönheitsidealen nicht zu entsprechen, verstärkte die negative Selbstwahrnehmung maßgeblich. Während soziale Vergleiche als Hauptbelastung fungierten, berichteten einige Proband*innen von negativen Erfahrungen durch bewusste Ausgrenzung, etwa durch das Sehen von Aktivitäten von Freunden, zu denen sie nicht eingeladen waren (HK 2). Im Gegensatz dazu steht die Gruppe der Befragten, für die soziale Medien keine Relevanz hatten (HK 3). Diese gaben an, entweder kaum soziale Medien genutzt zu haben oder durch eine selbstbestimmte Wahl der Inhalte einen Schutzraum gefunden zu haben, der vor Vergleichen bewahrte.

Analyse der medialen Verunsicherung aufgrund sexualisierter Inhalte

Die Auseinandersetzung mit sexualisierten und idealisierten Inhalten in den sozialen Medien ruft bei Jugendlichen vielschichtige Dynamiken der Verunsicherung hervor. Die Häufigkeiten der qualitativen Inhaltsanalyse zeigen deutliche Schwerpunkte: Soziale Vergleichsmechanismen (HK 3) bilden mit 33 Nennungen das primäre Fundament der Verunsicherung, dicht gefolgt von konkreten Auswirkungen auf das Verhalten und das persönliche Wohlbefinden (HK 2, 27 Nennungen). Eine Internalisierung von Schönheitsidealen (HK 1) lässt sich in 20 Fällen nachweisen, während andere spezifische Einflüsse (HK 4, 12 Nennungen) sowie eine bewusste Distanzierung oder das Ausbleiben von Verunsicherung (HK 5, 9 Nennungen) kleinere Randbereiche abbilden.

Die Auswertung der sozialen Vergleichsmechanismen (HK 3) verdeutlicht, dass die Verunsicherung vor allem über den direkten visuellen Abgleich mit anderen stattfindet. Im Fokus stehen hierbei der Vergleich des eigenen Körpers (16 Nennungen) sowie des Gewichts (10 Nennungen), gefolgt von spezifischeren Aspekten wie dem Vergleich der Oberweite, der allgemeinen Attraktivität oder gar sexueller Erfahrungen und Darstellungen in der Pornographie. Zudem wird durch eine weitere Person beschrieben, dass die Freizügigkeit der sogenannten „Instamodels" bewirkt habe, dass man den eigenen Körper infrage gestellt und sich gefragt habe, warum dieser nicht ebenso aussehe oder wie man diesen Zustand erreichen könne. Infolgedessen habe man sich im Schwimmbad beispielsweise für eine kleinere Oberweite oder das Fehlen eines „Waschbrettbauchs" geschämt. Diese allgegenwärtigen Vergleiche münden direkt in eine tiefgreifende Internalisierung von Schönheitsidealen (HK 1), die sich primär in der Idealisierung „perfekter" Körper (11 Nennungen) und einem verzerrten Körperbild (4 Nennungen) äußert, bei dem reale Körperstrukturen zunehmend unsichtbar werden. Zudem wird angemerkt, dass nirgends Falten, Cellulite oder Poren zu sehen gewesen seien, was insbesondere für Frauen

einen nochmals erhöhten Druck erzeugt habe, körperlich zu „performen“. Die destruktive Dynamik dieser internalisierten Ideale spiegelt sich massiv in den Auswirkungen auf das Verhalten und das Wohlbefinden (HK 2) der Jugendlichen wider. Die Betroffenen fühlen sich primär unattraktiv (8 Nennungen) und entwickeln ein schlechtes Selbstwertgefühl (5 Nennungen). Dies bleibt jedoch nicht auf der emotionalen Ebene stehen, sondern manifestiert sich in aktiven Verhaltensänderungen: Die Jugendlichen passen ihren Kleidungsstil an, um vermeintliche Makel zu kaschieren (3 Nennungen), reduzieren ihre Nahrungsaufnahme (3 Nennungen), meiden das Erstellen von Fotos oder ziehen sich spürbar aus sozialen Kontakten zurück: „Habe mich zu dick und zu ungenügend gefühlt, kaum was gegessen, viel Sport gemacht und wenig mit anderen unternommen“. Während andere Einflüsse (HK 4) wie ein nicht altersangemessener Körperblick oder gesellschaftlicher Druck weitere Belastungen aufzeigen, macht die Kategorie der Distanzierung (HK 5) deutlich, dass eine Minderheit der Befragten (7 Nennungen) explizit keine Verunsicherung erlebte, da sie entweder wenig Berührungspunkte mit entsprechenden Inhalten hatte oder eine gefestigte Eigenwahrnehmung besaß.

Einschätzung zur medialen Sexualisierung

Die Daten verdeutlichen, dass sich das Empfinden von Sexualisierung durch soziale Medien in zwei fast gleich große Gruppen unterteilen lässt: Während 22 Antworten eine stärkere wahrgenommene Sexualisierung und Objektivierung (HK 1) angaben, zeigen 21 Nennungen, sich durch soziale Medien nicht in dieser Weise sexualisiert gefühlt zu haben (HK 4). Ergänzend dazu spielen der internalisierte Druck zur Selbstsexualisierung (HK 2, 9 Nennungen) sowie schwerwiegende Erfahrungen mit Grooming und unangemessenen Kontakten (HK 3, 6 Nennungen) eine signifikante Rolle für das subjektive Empfinden.

Für einen Teil der Befragten führten soziale Medien zu einer deutlichen Objektivierung, wobei insbesondere Frauen angaben, sich als „Objekte der Begierde“ wahrgenommen zu haben (HK 1). Dies wird durch den internalisierten Druck verstärkt, bestimmten Attraktivitätsstandards entsprechen zu müssen, was wiederum das Selbstbild und die Wahrnehmung von Geschlechterrollen nachhaltig veränderte (HK 2). Rückblickend reflektiert eine Person, dass soziale Medien dazu beigetragen hätten, dass man sich stärker sexualisiert gefühlt habe, als es dem eigenen Wohlbefinden entsprach. Dadurch sei das Gefühl entstanden, bestimmten Erwartungen an Aussehen und Attraktivität gerecht werden zu müssen. Ein besonders kritischer Aspekt sind die Erfahrungen in Hauptkategorie 3, in denen Jugendliche von Grooming-Versuchen durch Erwachsene, früher Konfrontation mit Pornografie oder dem Druck zu Sexting berichteten, um Bestätigung zu erhalten. Demgegenüber steht eine große Gruppe (HK 4), die angab, diese Form der Sexualisierung nicht durch soziale Medien erfahren zu haben. Diese Befragten nannten meist eine geringere aktive Nutzung, andere inhaltliche Schwerpunkte oder das Ausbleiben

eigener Postings als Gründe für ihre Distanz zu diesem Phänomen. Eine Person schildert, sie habe sich gar nicht sexualisiert gefühlt, da sie schließlich nur Gaming- und Kunst-Content konsumiert habe.

Einschätzung zur persönlichen Grenzüberschreitung

Die Analyse der Antworten verdeutlicht eine klare Tendenz: 25 Proband*innen gaben an, keine persönlichen Grenzen überschritten zu haben (HK 3), wobei teilweise angemerkt wurde, dass zwar über die Selbstdarstellung nachgedacht wurde, dies jedoch nicht mit einer Grenzüberschreitung gleichzusetzen sei. Im Gegensatz dazu berichteten 15 Befragte von einer aktiven Grenzüberschreitung, oft in Verbindung mit einer Suche nach Validierung oder Selbstsexualisierung (HK 2). Ergänzend dazu äußerten 8 Befragte, dass Anpassungsdruck und der Wunsch, idealisierten Bildern oder Trends zu folgen, ihre Handlungen beeinflussten (HK 1). Drei Befragte betonten zudem, dass die Grenzen zwischen Online- und Offline-Welt fließend waren (HK 4).

Diejenigen, die von Grenzüberschreitungen berichteten (HK 2, 15 Nennungen), nannten häufig konkrete Situationen, in denen der Wunsch nach Bestätigung oder Zugehörigkeit zu unwohl empfundenen Handlungen führte. Einige Befragte berichteten, dass sie sich durch äußeren Druck oder den Wunsch nach Anerkennung veranlasst sahen, ihr Verhalten anzupassen, selbst wenn dies ihrem Wohlbefinden entgegenstand. Dabei spielte auch die Validierungssuche eine Rolle, die bei einigen in eine bewusste Selbstsexualisierung mündete, um Anerkennung zu erlangen: „[...] bin ich teils auf sexualisierte Trends mit aufgesprungen, nur um aufgrund von Trauma Validierung von anderen zu bekommen." Zudem wurden Fälle von Grooming genannt, die als direkte Grenzüberschreitungen wahrgenommen wurden. Der Anpassungsdruck (HK 1, 8 Nennungen) äußerte sich meist subtiler durch den Drang, Trends zu folgen oder sich in Kleidung und Auftreten den in sozialen Medien präsentierten Idealen anzupassen. Einige Befragte reflektierten rückblickend, dass dieser Druck dazu führte, dass sie sich selbst und ihre eigenen Interessen zeitweise aus den Augen verloren.

Demgegenüber steht die große Gruppe der Befragten (HK 3, 25 Nennungen), die diese Erfahrungen nicht teilten. Viele dieser Personen gaben an, ihre Nutzung sozialer Medien bewusst zu steuern, etwa durch die Auswahl privater Profile oder die gezielte Selektion von Inhalten, um sich dem Vergleichsdruck zu entziehen.

Strategien und Hintergründe der Social-Media-Darstellung

Die Analyse verdeutlicht zwei gegensätzliche Umgangsweisen mit der medialen Selbstdarstellung: 25 Befragte wandten aktive Strategien zur Bildoptimierung an, um ihr Erscheinungsbild gezielt zu beeinflussen (HK 1), während 13 Befragte aus Unsicherheit oder dem Gefühl mangelnder Attraktivität gänzlich auf das Posten eigener Bilder verzichteten (HK 2). Die Nutzung

von Filtern und Posen war oft eine Reaktion auf externe Einflüsse (HK 3, 22 Nennungen). Hierbei wurden vor allem allgemeine Social-Media-Dynamiken und Trends (13 Nennungen) als treibende Kräfte genannt, gefolgt vom Einfluss des direkten Umfelds (6 Nennungen) und dem Druck durch gängige Schönheitsideale (3 Nennungen). Viele Jugendliche orientierten sich an der Ästhetik ihres Umfelds, um Zugehörigkeit zu signalisieren oder „nicht komisch zu wirken". Die psychologischen Motive (HK 4, 22 Nennungen) hinter der aktiven Gestaltung der eigenen Darstellung lassen sich primär auf den Wunsch zurückführen, eigene Unsicherheiten zu kaschieren (13 Nennungen), wie beispielsweise Hautunreinheiten oder Proportionen, die als nicht ideal empfunden wurden. Viele nutzten Filter oder Posen, um sich „femininer" oder „schöner" zu fühlen, da sie den Druck verspürten, den perfekten, im Trend liegenden Bildern zu entsprechen. Einige Befragte berichteten, dass die Anerkennung in Form von Likes ein gutes Gefühl vermittelte und die bewusste Inszenierung daher zur Validierungssuche beitrug. Im Gegensatz dazu nannten 5 Befragte explizit den Wunsch nach Authentizität als Grund, weshalb sie bewusst auf Bearbeitungen verzichteten oder Bilder wählten, die sie als „echt" empfanden.

Die Gruppe derjenigen, die eine Veröffentlichung vermieden (HK 2), begründete dies meist mit einem negativen Selbstbild. Sie fühlten sich unattraktiv und wählten den Rückzug, um sich dem Urteil der anderen zu entziehen. Nur eine einzelne Person gab an, keine Notwendigkeit für Anpassungen gesehen zu haben (HK 5).

Ratschläge an das frühere Selbst und institutionelle Wünsche

Ratschläge an das eigene jüngere Ich (HK 1) - 33 Nennungen

Ein zentraler Rat, den viele Befragte ihrem jüngeren Ich heute geben würden, ist die bewusste Distanzierung vom Vergleichsdruck. Insgesamt 15 Nennungen fallen auf das Bewusstsein für die „Fake-Natur" medialer Inhalte, verbunden mit der Erkenntnis, dass soziale Medien oft nur idealisierte Ausschnitte zeigen und nicht die Realität widerspiegeln. Proband*in 39 fasst dies prägnant zusammen: „Vergleiche dich nicht ständig mit dem, was du online siehst. [...] Dein Wert hängt nicht von Likes, Aussehen oder der Meinung anderer ab". Ergänzend dazu rät ein*e Proband*in zur Stärkung der Authentizität: „Authentisch zu sein ist viel mehr wert als auf Oberflächlichkeiten zu achten". Insgesamt 14 Nennungen unterstreichen hierbei die Bedeutung der Stärkung des Selbstwerts und der Authentizität, während 4 Personen dazu raten, den Fokus verstärkt auf das analoge Leben und die eigene Realität zu legen.

Gewünschte Unterstützung durch Institutionen (HK 2) - 24 Nennungen

Bezüglich der Frage, welche Unterstützung sie sich früher von Institutionen wie Schulen gewünscht hätten, dominiert der Ruf nach fundierter Aufklärung und Medienbildung. 13 Nennungen fallen auf diesen Bereich, wobei Proband*in 9 festhält: „Eine Schulung in der Schule zu den sozialen Medien und was für Tücken sie mitbringen können, wäre toll gewesen". Zudem

wurden 6 Nennungen für den Bedarf an psychosozialer Beratung und Sozialarbeit vergeben, da die psychischen Folgen des Drucks oft unterschätzt wurden. Weitere 5 Nennungen unterstreichen die Wichtigkeit der offenen Thematisierung von Körperbildern und Schönheitsidealen, um deren unrealistischen Charakter aufzudecken.

Rolle von Einrichtungen für Jugendliche heute (HK 3) - 29 Nennungen

Für die heutige Arbeit mit Jugendlichen schlagen die Befragten konkrete pädagogische Maßnahmen vor, die über reine Medienkompetenz hinausgehen. Mit 15 Nennungen ist dies der stärkste Aspekt. Gefordert wird, den Jugendlichen zu zeigen, wie Algorithmen funktionieren und wie sie Bildmanipulationen entlarven können. Proband*in 85 betont: „Jugendliche sollten lernen, wie Algorithmen funktionieren, warum bestimmte Inhalte bevorzugt angezeigt werden etc.“. Sieben Nennungen fordern sichere Anlaufstellen, um über psychische Belastungen und Mobbing zu sprechen. Ebenfalls sieben Nennungen fordern, dass Einrichtungen aktiv ein positives und diverses Körperbild fördern, um dem Trend zur Mangelernährung oder ungesunden Körperidealen entgegenzuwirken.

Insgesamt zeigt die Auswertung, dass die befragten Personen eine Verbindung aus digitaler Aufklärung (Funktionsweise von Algorithmen) und persönlicher Stärkung (Selbstwert/Authentizität) als essenziell erachten, um den Herausforderungen des digitalen Raums kompetent zu begegnen.

Weitere Anmerkungen

Die abschließende offene Frage, ob es noch unerwähnte Aspekte, persönliche Erfahrungen oder Gedanken zum Thema Social Media, Körperbild und Selbstwertgefühl gibt, generierte Rückmeldungen, die sich in die drei Hauptkategorien „Gesundheitliche & psychische Folgen“ (HK 1), „Kritik an Darstellung & Inhalten“ (HK 2) sowie „Reflexion & Entwicklung“ (HK 3) unterteilen lassen. In der Gesamtbetrachtung wird deutlich, welch gravierende Auswirkungen soziale Netzwerke auf die psychische und physische Gesundheit der Befragten hatten. So berichten drei Personen (HK 1) von massiven psychosomatischen Belastungen, wobei ein*e Proband*in die langfristigen Konsequenzen eindringlich schildert: „Social Media kann unteranderem soweit führen, dass es einen psychisch und auch körperlich krank macht, denn hauptsächlich durch social Media habe ich eine Essstörung entwickelt die bis heute noch nicht ganz weg ist“. Diese individuellen Leidenswege sind eng mit der inhaltlichen Kritik an medialen Darstellungen verknüpft (HK 2, 4 Nennungen). Die Befragten reflektieren rückblickend, dass „extrem dünne“ Körperideale auf Plattformen wie Instagram oder Tumblr regelrecht angehimmelt wurden, was zur Normalisierung von Essstörungen beitrug und von Proband*in 31 als „ganz schlimme Zeit“ zusammengefasst wurde. Kritisiert wird zudem die starke Sexualisierung, die online oft als erstrebenswert verkauft wird und bestehende Unsicherheiten massiv verstärkt.

Eine Person schildert, es werde oft unterschätzt, wie stark soziale Medien das eigene Selbstbild beeinflussen könnten, selbst wenn man sich dessen bewusst sei. Sowohl damals als auch heute sei ihr häufig klar gewesen, dass viele Bilder bearbeitet, inszeniert oder unrealistisch seien, dennoch habe sie sich mit ihnen verglichen. Als besonders problematisch werde empfunden, dass bestimmte Körperbilder und eine starke Sexualisierung oft als normal oder erstrebenswert dargestellt würden, wodurch das Gefühl entstanden sei, nicht attraktiv, erfolgreich oder interessant genug zu sein. Gleichzeitig hätten soziale Medien diese Unsicherheiten jedoch nicht allein verursacht, sondern bestehende Probleme wie Mobbing, mangelnde Anerkennung oder ein geringes Selbstwertgefühl oft verstärkt. Abschließend wird betont, dass es deshalb wichtig sei, Jugendliche nicht nur über Bildbearbeitung und Algorithmen aufzuklären, sondern auch über die psychischen Auswirkungen von Vergleichen sowie die Bedeutung eines gesunden Selbstwertgefühls unabhängig von Aussehen, Likes oder Aufmerksamkeit. Demgegenüber stehen jedoch die konstruktive Reflexion und persönliche Entwicklung (HK 3, 6 Nennungen), die aufzeigen, wie die Befragten im Laufe der Zeit einen heilsamen Umgang mit diesen Plattformen erlernt haben. Viele haben ihren Konsum aktiv reguliert und äußern heute einen starken Wunsch nach Authentizität, bei dem „das normale Leben gezeigt wird und nicht überall ein Filter drauf geklatscht wird“. Um sich dem Druck zu entziehen, haben einige ihre Feed-Kuratierung drastisch verändert, nutzen die Plattformen eher als persönliches „Tagebuch“ oder konzentrieren sich rein auf Unterhaltungsinhalte, was das eigene Wohlbefinden deutlich steigerte. Dass die Abkehr von toxischen Vergleichsmustern und das Erleben eines gesunden Medienkonsums auch wertvolle Freiräume für die eigene Identitätsfindung schaffen, zeigt sich abschließend am Beispiel eine*r Proband*in, die tradierte Geschlechterrollen für sich aufbrach und resümiert: „Ich darf ein Mädchen sein, auch wenn ich nicht mädchenhaft bin“.

5.3 Verbindung der quantitativen und qualitativen Ergebnisse

1) Nutzungsveränderungszeiten und die Begründung für diese Nutzungsänderung

Der quantitative Blick auf die Medienbiografie zeigt einen deutlichen Anstieg der täglichen Nutzungsdauer über die verschiedenen Lebensphasen hinweg: Während die geschätzte durchschnittliche Screentime in der frühen Jugend bei ca. 1,90 Stunden lag, stieg sie in der späteren Jugend (15. bis 18. Lebensjahr) auf ca. 3,36 Stunden an. In der aktuellen Befragung pegelt sich der Wert bei rund 2,27 Stunden ein. Die qualitative Vertiefung der Befragten liefert hierzu die entscheidenden inhaltlichen Begründungen für diese zeitlichen Veränderungen. Die Verlagerung des Nutzungsverhaltens wird in den offenen Antworten retrospektiv vor allem auf veränderte Lebenskontexte, den Übergang von der schulischen Freizeitbeschäftigung hin zu beruflichen oder universitären Anforderungen sowie auf eine bewusste digitale Selbstregulation im jungen Erwachsenenalter zurückgeführt. Während die steigenden Werte in der Pubertät vor allem durch das Bedürfnis nach sozialer Vernetzung, Identitätsfindung und den Einstieg in

visuelle Plattformen (wie Instagram und Snapchat) getrieben waren, begründen die Teilnehmer*innen den heutigen, teils bewussteren Umgang mit dem Wunsch nach digitaler Entlastung und dem Vermeiden von permanentem Vergleichsdruck.

2) Retrospektive Analyse des Selbstwerts und die konkrete Ausführung der Zufriedenheit/Unzufriedenheit

Im quantitativen Fundament zeigt die retrospektive Betrachtung des allgemeinen Selbstwertniveaus (gemessen an einem Mittelwert von 2,57) eine starke Tendenz zur Skalenmitte mit moderater Streuung. Die konkrete Abfrage der damaligen Selbstzufriedenheit (Mittelwert 2,22) belegt ebenfalls ein überwiegend durchmischtes bis eher kritisches Selbstbild in der Jugend. Die quantitative Ursachenabfrage zeigt hierbei, woran diese Zufriedenheit oder Unzufriedenheit festgemacht wurde: Mit Abstand führen die Befragten hierbei den Bereich „Mein Körper & Aussehen“ ($n = 34$) sowie „Schule & Noten“ ($n = 31$) an, gefolgt vom familiären Umfeld ($n = 29$) und Einflüssen durch Social Media & Vergleiche ($n = 24$). Als qualitative Ausführung zu diesen quantitativen Faktoren wird in den offenen Texten deutlich, dass dieser Zustand von einem massiven inneren Druck geprägt war. Die Befragten schildern, wie stark das körperliche Erscheinungsbild und schulische Leistungen als direkte Validierung des eigenen Wertes verstanden wurden. Wer den selbst- oder fremdauferlegten Ansprüchen nicht genügte, erlebte eine tiefe Abwärtsspirale. Ergänzende qualitative Nennungen unter „Sonstiges“ verdeutlichen zudem, dass insbesondere soziale Hürden (wie die Schwierigkeit, in der Schule Anschluss zu finden oder feste Freundeskreise zu bilden) das Unzufriedenheitsgefühl massiv verstärkten, selbst wenn explizit kein schweres Mobbing stattfand.

3) Gründe für das gelegentliche Glauben, nichts zu taugen und bestimmte damalige Situationen die dies unterstreichen

Die quantitative Auswertung der Aussage „Gelegentlich glaubte ich damals, dass ich gar nichts tauge“ zeigt mit einem Mittelwert von 3,22 und 20 Nennungen auf dem Wert „4“ eine deutliche Zustimmung in der Stichprobe; eine Mehrheit von 27 Personen tendierte hier zu Werten im oberen Bereich. Die quantitative Spezifizierung der auslösenden Faktoren ($N = 48$) verortet diese Gefühle primär im analog-sozialen Raum: Am häufigsten wurde die „Kritik durch Andere (nicht online)“ (37 Nennungen) genannt, dicht gefolgt von „Vergleiche mit Personen (nicht online)“ (31 Nennungen) und „Misserfolge in der Schule“ (29 Nennungen). Online-Kritik schlug hingegen quantitativ deutlich geringer zu Buche (9 Nennungen). Die qualitative Betrachtung der konkreten Situationen von damals unterstreicht diese Zahlen auf eindrückliche Weise: Die Teilnehmer*innen schildern in den Freitexten spezifische Schlüsselsituationen, in denen sie „vor versammelter Mannschaft“ oder im engen familiären Kreis abgewertet wurden. Exemplarisch verdeutlichen qualitative Einblicke unter „Sonstiges“, dass insbesondere familiäre Erwartungshaltungen, wie verbale Herabwürdigungen durch den Vater bei unzureichenden

Noten („dumme Sprüche“), tiefsitzende Versagensängste auslösten, die sich mit dem allgemeinen jugendlichen Selbstzweifel verschränkten.

4) Mehr Selbstrespekt in Zusammenhang mit was damals geholfen hat, sich zu respektieren

Der Wunsch nach mehr Selbstrespekt war in der Jugend stark ausgeprägt: Mit einem Mittelwert von 3,74 und 18 Nennungen für den Höchstwert („traf vollkommen zu“) zeigt das quantitative Item „Ich hätte damals gerne mehr Respekt vor mir selbst gehabt“ ein massives internes Defizit auf. Als quantitative Hemmnisse wurden in der $N = 49$ großen Stichprobe vor allem „Schüchternheit“ (31 Nennungen), „Mein äußeres Erscheinungsbild“ (28 Nennungen) und „Mangelnde Anerkennung“ (28 Nennungen) identifiziert. Die qualitative Brücke schlägt hier die Frage danach, was in dieser krisenhaften Phase dennoch geholfen hat, sich schrittweise zu respektieren oder aus der Abwärtsspirale zu finden. Die qualitativen Daten zeigen, dass hierbei vor allem der Aufbau von Nischen außerhalb der Schule, wie Hobbys, in denen Selbstwirksamkeit erfahren wurde, oder das Finden einzelner loyaler Bezugspersonen, als rettend empfunden wurde. Individuelle Freitextergänzungen verweisen zudem darauf, dass der Weg zu mehr Selbstrespekt ein langwieriger Prozess der inneren Distanzierung von den rigiden Erwartungen des Umfelds und der Arbeit an der eigenen „Disziplin“ und inneren Abgrenzung war.

5) Sich für ein*e Versager*in halten und die Begründung inwieweit soziale Medien dazu beigetragen haben

Das quantitative Item zur Neigung, sich für eine*n Versager*in zu halten, zeigt ein heterogenes Bild (Mittelwert 2,98), bei dem sich Ablehnung und Zustimmung die Waage halten. Auf die Frage, woran dieses Gefühl festgemacht wurde ($N = 47$), dominieren im quantitativen Teil analoge Faktoren: „Enttäuschung der Eltern“ (24 Nennungen), „Unbeliebtheit in der offline Welt“ (22 Nennungen) und „Fehlende Attraktivität“ (21 Nennungen). Die „Unbeliebtheit in sozialen Medien“ bildete mit 7 Nennungen das Schlusslicht der vorgegebenen Kategorien. Dennoch zeigt die qualitative Vertiefung, inwieweit soziale Medien im Hintergrund subtil zu diesem Versagensgefühl beigetragen haben: Zwar wurde das direkte Versagen selten an digitalen Kennzahlen (wie fehlenden Likes) festgemacht, jedoch wirkten Plattformen als ständiger Verstärker eines unbewussten Vergleichsrahmens. Die qualitative Analyse zeigt, dass der dauerhafte Konsum idealisierter Lebens- und Körperentwürfe online, wie ein Brennglas für die ohnehin vorhandenen Offline-Defizite wirkte („Angst, hinter den anderen zurückzubleiben“). Die digitalen Räume fungierten somit als Katalysator, der das Gefühl, im echten Leben nicht zu genügen, permanent anheizte.

6) Körperideale und Verunsicherung durch sexualisierte Inhalte in Zusammenhang mit der Erläuterung der Art der Verunsicherung, eigener Grenzen und früherer Wahrnehmung

Die analytischen Zusammenhänge belegen eine hochsignifikante Verbindung zwischen dem Konsum körperzentrierter Medieninhalte und der Verunsicherung durch sexualisierte Inhalte ($r = 0{,}400, p = 0{,}004$) sowie zwischen der Nutzung visueller Plattformen und dieser Verunsicherung ($r = 0{,}299, p = 0{,}037$). Die qualitative Auswertung greift diese statistischen Belege auf und erläutert die genaue Art dieser Verunsicherung: Die Befragten schildern, dass die Konfrontation mit stark sexualisierten Darstellungen im Jugendalter zu einer massiven Verwirrung bezüglich der eigenen Geschlechterrolle und sexuellen Identität führte. Ob man sich damals selbst sexualisiert gefühlt hat, wird in den qualitativen Antworten oft retrospektiv bejaht, allerdings nicht als Ausdruck eigener Selbstbestimmung, sondern als unbewusster Drang, den medial vorgegebenen Attraktivitätsnormen zu entsprechen. Viele berichten davon, in dieser Phase ihre eigenen psychischen und körperlichen Grenzen überschritten zu haben, indem sie sich in Posen oder Darstellungen drängten, die sich eigentlich unangenehm anfühlten, nur um die ersehnte soziale Validierung zu erhalten.

7) Ausmaß der Bildbearbeitung in Gesicht und Körper und Gründe für Bildbearbeitung

Zur Messung des Drangs zur Bildbearbeitung in der Jugend (erfasst über Gesichts- und Körperbearbeitung auf einer Skala von 0 bis 4) zeigt der quantitative Teil das Ausmaß dieser Praxis als prägenden Bestandteil der digitalen Sozialisation. Die qualitative Vertiefung liefert die dazugehörigen Motive: Das „Warum" der Bildbearbeitung wird von den Proband*innen primär als Schutzmechanismus und Korrekturinstrument beschrieben. Retrospektiv wird angegeben, dass Gesichtsmerkmale (wie Hautunreinheiten) oder Körperproportionen digital optimiert wurden, um den omnipräsenten, unerreichbaren Schönheitsstandards auf Plattformen wie Instagram zu genügen. Die Bearbeitung diente dazu, das Gefühl der Scham über den „unvollkommenen" eigenen Körper zu kaschieren und sich vor potenzieller Häme oder sozialer Abwertung in der Peergroup zu schützen.

8) Optimierungsdruck in Zusammenhang mit der Antwort auf Optimierungs-/Darstellungsdruck

Die quantitativen Korrelationen untermauern die Thematik eindrücklich: Der Konsum körperzentrierter Medieninhalte korreliert moderat und hochsignifikant mit dem aktuellen Selbstoptimierungsdruck ($r = 0{,}429, p = 0{,}003$), und auch die Nutzung visueller Plattformen zeigt einen starken Zusammenhang mit diesem Druck ($r = 0{,}468, p < 0{,}001$). Die qualitative Antwort auf diesen Optimierungs- und Darstellungsdruck spannt den Bogen zur Reflexion und präventiven Praxis. In den offenen Texten richten die Befragten ihren Blick einerseits direkt an ihr jüngeres Ich, mit dem Appell, sich weniger über äußere Bestätigung und digitale Vergleiche

zu definieren. Andererseits formulieren sie klare Forderungen an Organisationen (wie Schulen und die Jugendhilfe): Gefordert werden verbindliche medienpädagogische Angebote, die kritische Medienkompetenz fördern, über die Mechanismen digitaler Bildbearbeitung aufklären und Schutzräume bieten, in denen Jugendliche ihren Selbstwert unabhängig von medialen Leistungsidealen entfalten können.

9) Rolle der Peergroup und soziale Dynamiken

Die quantitativen Daten betonen mehrfach die Relevanz von Vergleichen mit dem direkten Umfeld. Ergänzend hierzu wird in den Freitexten betont, dass der Druck im digitalen Raum besonders deshalb so toxisch wirkte, weil die virtuellen Ideale nahtlos mit den realen Leistungs- und Aussehensanforderungen in der Schule verschmolzen und ein Entkommen kaum möglich schien.

10) Aktueller Selbstwert und Wohlbefinden im Zeitvergleich

Im Gegensatz zum kritischen retrospektiven Bild zeigt die aktuelle Erhebung ein deutlich positiveres Selbstwertniveau (Mittelwert 3,51) sowie eine gesteigerte Lebenszufriedenheit (39 von 48 Befragten berichten von einem besseren Wohlbefinden heute). Auch die aktuelle Screentime zeigt einen negativen Zusammenhang mit dem aktuellen Wohlbefinden ($r = -0{,}383, p = 0{,}006$). Die qualitativen Ergänzungen erklären diesen Wandel mit einer im Laufe des Älterwerdens gewachsenen Reife, größerer emotionaler Unabhängigkeit von Peers und fortschreitender Selbstreflexion, auch wenn der hohe interne Leistungsanspruch in Ansätzen bestehen bleibt.

5.4 Beantwortung der Forschungsfragen

Besteht ein Zusammenhang zwischen Social-Media-Nutzung und Selbstwert?

Die empirischen Befunde der Studie zeigen keinen signifikanten direkten linearen Zusammenhang zwischen der quantitativen Mediennutzungsdauer in der Jugend und dem retrospektiven Selbstwert. Obwohl rein deskriptiv ein schwacher negativer Trend erkennbar ist, bei dem eine intensivere Nutzung mit einem niedrigeren Selbstwert einhergeht, verfehlt dieser statistisch das übliche Signifikanzniveau. Ähnlich verhält es sich mit der Nutzung spezifischer visueller Plattformen oder körperzentrierter Inhalte, die ebenfalls keinen statistisch signifikanten direkten Effekt auf den damaligen Selbstwert aufweisen. Dennoch offenbaren die qualitativen Analysen, dass die digitale Medienumgebung indirekt tiefgreifende Spuren im psychischen Selbstbild hinterlässt: Insbesondere der ständige Abgleich mit idealisierten Darstellungen und Peers fungiert als primärer Nährboden für Minderwertigkeitsgefühle und das Gefühl, „nicht zu genügen". Jedoch zeigt der Zeitvergleich zwischen der Jugendphase und der Gegenwart einen hochsignifikanten Anstieg des Selbstwerts bei den Befragten. Gleichzeitig korreliert die aktuelle Bildschirmzeit moderat negativ mit dem heutigen Selbstwert, was verdeutlicht, dass die negative

psychologische Valenz der Mediennutzung primär über qualitative Vergleichsmechanismen und die Intensität des Verarbeitens, weniger über die reine Stundenzahl, vermittelt wird.

Welche Rolle spielen wahrgenommene Körperideale?

Wahrgenommene Körper- und Schönheitsideale nehmen eine zentrale und hochgradig belastende Rolle in der medialen Sozialisation der Befragten ein. Zwar korreliert die reine Mediennutzungsdauer kaum mit dem Ausmaß, in dem das eigene Aussehen den digitalen Idealen entsprach, jedoch belegen die Daten starke indirekte Wirkungsmechanismen: Der Konsum körperzentrierter Inhalte und die Nutzung visueller Plattformen in der Jugend hängen hoch signifikant und moderat bis stark mit einem erhöhten Selbstoptimierungsdruck sowie einer ausgeprägten persönlichen Verunsicherung zusammen. Die qualitative Inhaltsanalyse verdeutlicht, dass die Konfrontation mit scheinbar perfekten, makellosen und oft bearbeiteten Körpern (z. B. durch das Fehlen von Poren, Falten oder Cellulite) zu einer massiven Internalisierung dieser Normen führt. Dies resultiert in einem stark verzerrten Körperbild, in dem sich Jugendliche primär als unattraktiv empfanden und Verhaltensweisen wie das Kaschieren von Makeln, restriktives Essverhalten oder den Rückzug aus sozialen Kontexten entwickelten. Der Körper wird dadurch im digitalen Raum primär als ein zu optimierendes Objekt wahrgenommen, an dem ständige Defizite abgelesen werden.

Unterscheiden sich Jugendliche und junge Erwachsene?

Der Zeitvergleich zeigt einen fundamentalen Entwicklungswandel auf: Während die Befragten ihre Jugendphase rückblickend durch einen niedrigen Selbstwert, hohe Verunsicherung und starke Selbstzweifel charakterisieren, steigen das Wohlbefinden und der Selbstwert im Übergang zum jungen Erwachsenenalter signifikant an. Auch das Nutzungsverhalten selbst unterliegt einem kurvenförmigen Trend über die Lebensphasen: Die tägliche Mediennutzungsdauer steigt von der frühen Jugend bis zur späten Jugend (15–18 Jahre) stark an und sinkt im Erwachsenenalter wieder ab. Qualitative Daten verdeutlichen, dass dieser Wandel vor allem mit einer zunehmenden psychischen Reife, gesteigerter Selbstreflexion, bewussterem Medien-Detox und der Entkopplung des eigenen Wertgefühls von externen Online-Bestätigungen im jungen Erwachsenenalter zusammenhängt.

Welche Bedeutung hat eine frühe Konfrontation mit stark körperbezogenen/sexualisierten Inhalten?

Eine frühe Konfrontation mit stark körperbezogenen, ästhetisierten oder sexualisierten Inhalten erweist sich als massiver Risikofaktor für das psychische Wohlbefinden und die Identitätsentwicklung im Jugendalter. Die quantitativen Analysen bestätigen, dass ein intensiver Konsum körperzentrierter Medieninhalte signifikant mit einer höheren Verunsicherung in Bezug auf den eigenen Körper und den Selbstwert einhergeht. Qualitativ wird deutlich, dass diese

Konfrontation, oft verbunden mit Social-Media-Trends, freizügigen Inszenierungen („Instamodels") oder im schlimmsten Fall grenzüberschreitenden Erfahrungen wie digitalem Grooming, früher Pornografie-Konfrontation und dem Druck zu Sexting bei den Jugendlichen zu einer tiefgreifenden Objektivierung des Selbst führt. Viele Befragte berichten von einem internalisierten Druck zur Selbstsexualisierung, bei dem der eigene Körper als ungenügend bewertet und gezielt eingesetzt wurde, um über digitale Validierung (Likes) Anerkennung zu erlangen. Rückblickend fordern die Teilnehmer*innen daher vehement eine institutionelle Aufklärung und medienpädagogische Prävention an Schulen, um Jugendliche frühzeitig über die psychischen Tücken solcher Algorithmen und die manipulative Natur digitaler Inszenierungen aufzuklären.

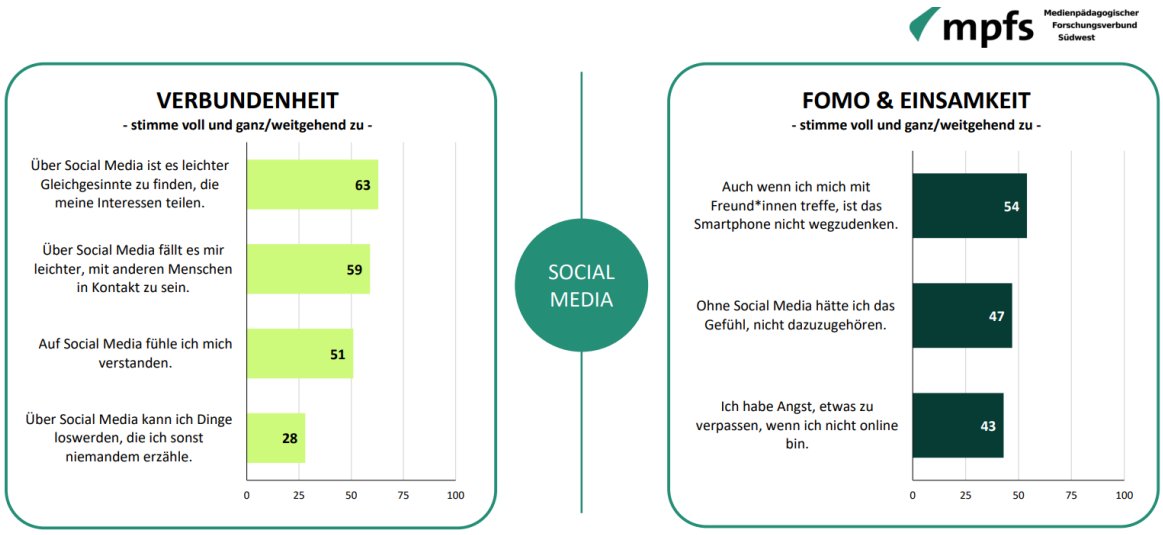
6. Diskussion

Die im Rahmen dieser Arbeit gewonnenen empirischen Ergebnisse lassen sich bei einer Zusammenschau tiefgehend in die im theoretischen Rahmen (Kapitel 2) erarbeiteten wissenschaftlichen Diskurse einbetten. Der Untersuchungsgegenstand, die digitale Mediensozialisation junger Erwachsener der Generation Z und deren retrospektive sowie aktuelle Auswirkungen auf das Selbst- und Körperbild, verlangt eine mehrperspektivische theoretische Verortung. Im Folgenden werden die empirischen Muster anhand der zentralen Theoriedimensionen diskutiert.

Soziale Medien und Medienwirkungsansätze: Von passiven Rezipient*innen zum aktiven Nutzungshandeln

Die deskriptiven Daten zur Social-Media-Nutzung zeigen, dass das Smartphone für die Befragten als zentrales „Leitgerät" fungiert und digitale Medien (mit einem durchschnittlichen Einstiegsalter von rund 12,6 Jahren) ein inhärenter Bestandteil der Biografie sind. Die Annahme eines passiven Publikums, das unkritisch durch Medienbotschaften manipuliert wird, greift im digitalen Raum zu kurz. Vielmehr stützt der *Uses-and-Gratifications-Approach* (Nutzenansatz) die empirischen Befunde: Jugendliche nutzen Plattformen wie Instagram, YouTube und TikTok hochgradig intentional zur Befriedigung spezifischer Bedürfnisse wie Informationsgewinnung, Unterhaltung, sozialer Interaktion und Identitätsmanagement, wie sowohl Autenrieth & Neumann-Braun (2011), aber auch die Ergebnisse widerspiegeln. Dennoch offenbaren die erhobenen Daten langfristige Medienwirkungen, die sich über rezipient*innenzentrierte Wahlfreiheit hinaus erstrecken. Hier greifen die *Kultivierungshypothese* und das Konzept des *Mainstreaming (siehe Kapitel 2.1.2)* (Wulf & Lehmann, 2022; Stegbauer, 2022).

Abbildung 25: JIMplus-Studie 2026 - FOMO/Verbundenheit (N=800)



Wie die JIMplus-Studie des mpfs (2026) und die vorliegenden qualitativen Daten zeigen, berichten Jugendliche von Kontrollverlusten bei der Nutzungsdauer, dadurch resultierendem „Fear of Missing Out“ (FOMO) und Einsamkeit, was verdeutlicht, dass die aktive Nutzung in eine algorithmisch gesteuerte Dynamik umschlägt, die das individuelle Wohlbefinden nachhaltig beeinträchtigt (mpfs, 2026).
Zudem erfährt das klassische Two-Step flow Modell in Verbindung mit dem Influencer*innen-Phänomen anhand der gewonnenen Daten eine empirische Bestätigung: Influencer*innen agieren als moderne Opinion Leader (Ganguin & Gemkow, 2022). Die in den Ergebnissen deutlich werdende Orientierung an solchen Vorbildern verstärkt den normativen Druck auf die Rezipient*innen massiv, da mediale Vorbilder als erreichbare „Peers“ missinterpretiert werden, vor allem durch die durch soziale Medien verfügbare Nahbarkeit, da jeder mit Internetzugang zum/zur Influencer*in werden kann (Papageorgiou et al., 2023).

Identitäts- und Selbstbildentwicklung im Jugendalter: Das reflexive Patchwork-Projekt
Die Identitätsbildung wird im theoretischen Rahmen nach Erikson als zentraler Konflikt der „Identität gegen Rollenkonfusion“ und nach Keupp (in Anlehnung an Giddens) als reflexives „Patchwork-Projekt“ beschrieben (Lohaus & Vierhaus, 2019; Keupp, 2003). Die empirischen Daten verdeutlichen, dass soziale Medien dieses Projekt sowohl bereichern als auch destabilisieren. Der in den Ergebnissen dokumentierte Anstieg des Selbstwerts im Übergang von der retrospektiv bewerteten Jugendphase (Mittelwert des retrospektiven Selbstwerts von 2,57) zur aktuellen Lebensphase (Mittelwert von 3,51) spiegelt die entwicklungstheoretische These von Lohaus & Vierhaus (2019) nach Robins et al. wider, wonach das Selbstwertgefühl in der späten Jugend oft einen Tiefpunkt erreicht und sich im Zuge der Identitätskonsolidierung im jungen Erwachsenenalter stabilisiert. Die retrospektiven Daten zeigen jedoch, wie stark das jugendliche Selbstbild durch externe Faktoren erschüttert wurde: Faktoren wie „Kritik durch andere“ und „Enttäuschung der Eltern“, kombiniert mit medialen Einflüssen, führten zu signifikanten Selbstzweifeln. Das Körperselbstkonzept nimmt hierbei eine Schlüsselposition ein. Da traditionelle Sicherheiten schwinden, fungiert der Körper nach Keupp (2003) als unverrückbarer Bezugspunkt der Identität und als Primärmedium der Selbstdarstellung.

Die empirischen Ergebnisse untermauern dies: Der hochsignifikante Zusammenhang zwischen dem Konsum körperzentrierter Medieninhalte und dem aktuellen Selbstoptimierungsdruck ($r = 0{,}429, p = 0{,}003$) sowie der starke Zusammenhang zur retrospektiven Verunsicherung ($r = 0{,}400, p = 0{,}004$) zeigen, dass die Arbeit am Körper und die permanente digitale Ausstellung desselben zu einer massiven psychischen Belastung führen. Jugendliche internalisieren das Körperselbstkonzept als Leistungsnachweis, was direkt mit einer reduzierten Körperzufriedenheit korreliert (Kleemans et al., 2018).

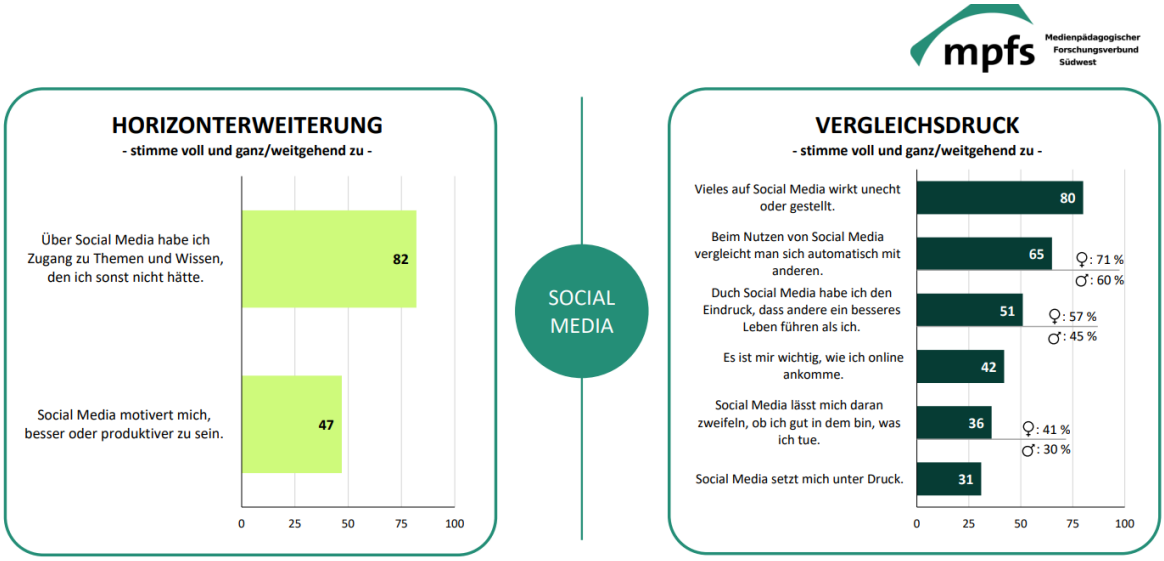
Soziale Vergleichsprozesse als psychischer Brandbeschleuniger

Leon Festingers Social Comparison Theory bildet den theoretischen Schlüssel zur Erklärung der negativen Korrelationen zwischen Mediennutzung und Selbstwert (Festinger, 1954). Die empirischen Befunde belegen, dass die digitale Umgebung als permanenter Katalysator für soziale Vergleichsprozesse wirkt (Kaspar, 2022). Besonders der Aufwärtsvergleich (Upward Comparison) mit scheinbar überlegenen Influencer*innen oder attraktiven Peers dominiert die digitale Interaktion auf visuellen Plattformen.

Die Daten zeigen einen hochsignifikanten Zusammenhang zwischen der Nutzung visueller Plattformen und dem empfundenen Selbstoptimierungsdruck. Dies erklärt sich theoretisch dadurch, dass Peer-Vergleiche im digitalen Raum selten auf objektiven Maßstäben basieren, sondern auf hochgradig selektierten und manipulierten Inszenierungen beruhen (Kleemans et al., 2018).

Da Jugendliche Peers als ähnlich und damit als relevanten Referenzmaßstab wahrnehmen, führt das scheinbare Nichterreichen dieser Ideale zu Minderwertigkeitsgefühlen und dem in den qualitativen Daten geäußerten Druck, „hinter den anderen zurückzubleiben“ (Papageorgiou et al., 2023).

Abbildung 27: JIMplus-Studie 2026 - Vergleichsdruck/Horizonterweiterung (N=800)



Der in der Forschung thematisierte Vergleich durch soziale Medien wird auch durch die aktuelle JIMplus-Studie (mpfs, 2026) verdeutlicht. Diese sagt aus, dass Aspekte, wie „gestellt wirken“, Vergleiche mit anderen Personen und Anerkennung relevante Themen für Jugendliche sind. Lediglich 31 Prozent der Proband*innen gaben an, sich nicht durch soziale Medien unter Druck gesetzt zu fühlen. Die Ambivalenz zwischen Horizonterweiterung und Vergleichsdruck lässt sich ebenso in der vorliegenden Forschung den qualitativen Daten entnehmen, hierbei ist ebenso das Spannungsfeld zwischen positiven und negativen Aspekten sehr ausgeprägt.

Die Ergebnisse spiegeln die Dominanz der visuellen Kultur wider, in der Instagram und TikTok den Alltag der Generation Z prägen. Theoretisch lässt sich dies mit dem Konzept des „*Impression Managements"* nach Autenrieth & Neumann-Braun (2011) verknüpfen: Nutzer*innen inszenieren sich strategisch, um Aufmerksamkeit und „Fame" zu generieren (Götz & Prommer, 2020).

Die empirisch nachgewiesene Verunsicherung durch körperbezogene Inhalte korreliert signifikant mit der Nutzung visueller Plattformen. Dies stützt die theoretische Annahme der *„Naturalisierung des Künstlichen"* (Kleemans et al., 2018). Der unreflektierte Einsatz von Filtern und Retuscheprogrammen verschiebt die Wahrnehmung von Normalität schleichend. Da Nutzer*innen die digitale Manipulation oft nicht als solche identifizieren, entsteht ein unerreichbares ästhetisches Ideal. Die quantitative Evidenz, dass körperzentrierte Inhalte stark mit Verunsicherung und Optimierungsdruck einhergehen, belegt, dass die postfeministische Maskerade und stereotypen Geschlechterrollen (wie die Inszenierung der erotisch attraktiven Frau) von Heranwachsenden internalisiert und als normativer Druck wahrgenommen werden (Götz & Prommer, 2020).

Bedeutung retrospektiver Wahrnehmung

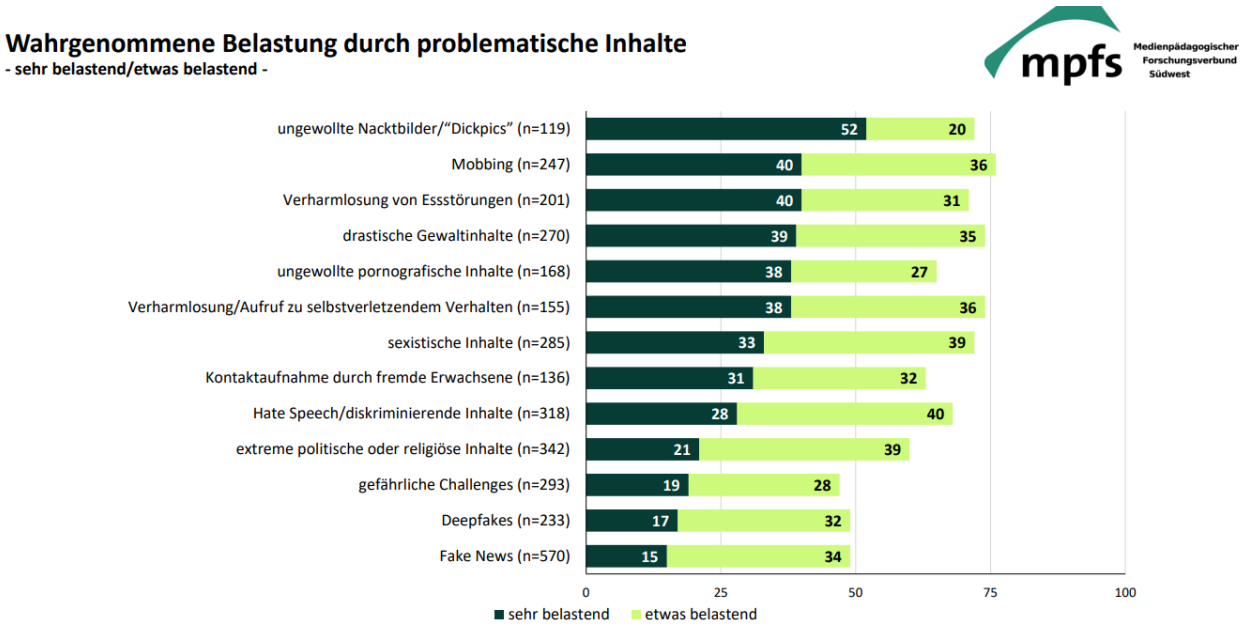
Der methodische Ansatz der retrospektiven Erfassung bot einen einzigartigen Zugang, um die biografischen Nachwirkungen der medialen Sozialisation junger Erwachsener (im Alter von 18 bis 28 Jahren) zu beleuchten. Die Ergebnisse zeigen, dass retrospektiv wahrgenommene Krisen im Jugendalter, wie geringer Selbstrespekt oder Gefühle der Unzulänglichkeit, stark mit damaligen sozialen und medialen Vergleichsprozessen verknüpft sind.

Die retrospektive Betrachtung offenbart hierbei ein zentrales Paradoxon: Einerseits bewerten die Befragten ihr aktuelles Wohlbefinden im Vergleich zur Jugendphase überwiegend positiv (39 von 48 Personen berichten von einer Verbesserung), was auf erfolgreich bewältigte psychosoziale Entwicklungsaufgaben im Sinne von Eriksons Konzept der Identitätsfindung hinweist. Andererseits zeigen die Daten, dass die in der Jugend internalisierten Verunsicherungen und der Druck zur Selbstoptimierung tiefgreifende Spuren hinterlassen. Die retrospektive Reflexion fungiert somit als ein retrospektives „psychosoziales Laboratorium", in dem die Befragten erkennen, dass der damalige Druck stark durch künstliche, medial erzeugte Standards (wie Filter und inszenierte Körperbilder) genährt wurde. Dies verdeutlicht, dass retrospektive Studien zwar wertvolle Einblicke in die biografische Genese von Selbstwertstrukturen bieten, diese jedoch immer im Spannungsfeld zwischen gegenwärtiger Reife und früherer Entwicklungsanfälligkeit interpretiert werden müssen.

Rolle sexualisierter Darstellungen im Gesamtzusammenhang

Ein zentrales Ergebnis der Arbeit betrifft die Rolle sexualisierter und körperzentrierter Darstellungen im digitalen Raum. Die theoretischen Ausführungen zur „Pornografisierung“ und zur Verwischung der Grenzen zwischen erotischer Selbstdarstellung und kommerziellen Inhalten (Ziemen, 2023) spiegeln sich deutlich in der psychologischen Belastung der Rezipient*innen wider. Der nachgewiesene hochsignifikante Zusammenhang zwischen dem Konsum körperzentrierter Inhalte und der Verunsicherung durch sexualisierte/körperbetonte Darstellungen ($r = 0{,}400, p = 0{,}004$) belegt, dass die Konfrontation mit hypersexualisierten Vorbildern (etwa über körperbetonte Formate) gravierende Entwicklungsrisiken birgt. Wie von Papageorgiou et al. (2023) und Götz und Prommer (2020) konstatiert, führt die ständige Exposition gegenüber solchen Inhalten häufig zur Selbstobjektivierung. Jugendliche bewerten ihren eigenen Körper zunehmend aus der Perspektive eines äußeren Betrachters. Die Ergebnisse unterstreichen, dass sexualisierte Darstellungen im Netz nicht nur als harmlose Ausdrucksformen einer jugendlichen Medienkultur verstanden werden dürfen, sondern als normative Machtstrukturen wirken, die den Druck zur äußeren Perfektion maximieren und (wie von Bamberger et al. (2023) beschrieben) Brücken zu digitalen Gefährdungen wie Cybergrooming oder Online-Belästigung schlagen können.

Abbildung 29: JIMplus-Studie 2026 - Belastung durch problematische Inhalte (N=800)



Die qualitativen Ergebnisse, dass sowohl sexualisierte Inhalte als auch sexuelle Kontaktaufnahmen ein Problem darstellen, werden von der JIMplus-Studie (mpfs, 2026) unterstrichen. Diese zeigt, dass bei aktuellen Jugendlichen im Alter von 14-17 Jahren Belästigungsgefühle durch Aspekte wie ungewollte Nacktbilder, ungewollte pornografische Inhalte, Kontaktaufnahme durch Erwachsene und weitere Faktoren ausgelöst werden.

Altersunterschiede

Hinsichtlich der Alters- und Generationsstrukturen lässt sich die untersuchte Kohorte klar der *Generation Z* zuordnen, für die, ebenso wie für die Generation Alpha, das Internet laut JIM-Studie (2025) kein separater Raum mehr ist, sondern ein konstitutiver, permanent verfügbarer Bestandteil der Alltags- und Identitätsarbeit („Digital Natives"). Die Ergebnisse verdeutlichen, dass mit einer intensivierten Mediennutzung in sensiblen Entwicklungsphasen (insbesondere der Pubertät zwischen dem 12. und 18. Lebensjahr) die Vulnerabilität gegenüber medial vermittelten Idealbildern steigt. Während die theoretische Literatur (z. B. Meier & Reinecke, 2021) darauf hinweist, dass negative Effekte auf das Körperbild im späteren Verlauf der Jugend durch wachsende soziale Unterstützung abgefedert werden können, zeigt der Vergleich der erfassten Screentime mit dem aktuellen Wohlbefinden einen moderaten, aber hochsignifikanten negativen Zusammenhang ($r = -0{,}383, p = 0{,}006$). Dies zeigt, dass die digitale Belastung über die Jugendphase hinausreicht und auch im jungen Erwachsenenalter ein substanzieller Risikofaktor für das psychische Wohlbefinden bleibt. Der altersbedingte Wegfall elterlicher Restriktionen (wie in der JIM-Studie für ältere Jugendliche beschrieben) begünstigt zudem die ungefilterte Exposition gegenüber problematischen Inhalten, was die Notwendigkeit altersangemessener sozialpädagogischer Interventionen unterstreicht.

Geschlechterspezifische Divergenzen

Die vorliegenden Ergebnisse offenbaren signifikante geschlechterbezogene Unterschiede hinsichtlich des jugendlichen Medienumgangs und der psychischen Belastung, was sich insbesondere beim Selbstoptimierungsdruck ($F = 3{,}521, p = 0{,}038$) und dem Drang zur Bildbearbeitung ($F = 5{,}553, p = 0{,}007$) zeigt. Weibliche Befragte berichten hierbei von deutlich höheren Werten als männliche Probanden. Dies korrespondiert mit der Theorie und dem Forschungsstand, wonach Mädchen im Jugendalter besonders stark von geschlechtsspezifischen Rollenstereotypen und medial vermittelten Schönheitsidealen (etwa der „postfeministischen Maskerade" oder der Hypersexualisierung) betroffen sind (Götz & Prommer, 2020). Während der allgemeine Selbstwert keinen signifikanten Geschlechterunterschied aufweist, verdeutlichen die qualitativen und quantitativen Befunde, dass der Körper als primäres Inszenierungsmedium bei Mädchen zu einer stärkeren Selbstobjektivierung und Verunsicherung führt. Die Ergebnisse unterstreichen somit, dass geschlechtsspezifische Divergenzen bei der Analyse medialer Wirkungsmechanismen zwingend berücksichtigt werden müssen, da digitale Plattformen bestehende gesellschaftliche Ungleichheiten und geschlechtertypische Verhaltensmuster verstärken.

Forschungslücken

Aus den gewonnenen Erkenntnissen und methodischen Limitationen der vorliegenden explorativen Studie leiten sich zentrale Forschungslücken ab, die in zukünftigen Studien adressiert

werden sollten. Da die Erhebung auf einem retrospektiven Online-Fragebogen mit einer Stichprobengröße von $N = 50$ und einer fokussierten Altersspanne basiert, können die Ergebnisse zwar tiefe Einblicke gewähren, jedoch nur bedingt auf die Grundgesamtheit der Generation Z verallgemeinert werden. Eine erste Forschungslücke betrifft den genauen zeitlichen Verlauf und die Kausalität von Medienwirkung: Längsschnittstudien mit echten Messwiederholungen über den gesamten Verlauf der Pubertät wären notwendig, um Erinnerungsverzerrungen retrospektiver Befragungen auszuschließen. Zweitens zeigt sich ein Desiderat in der Erforschung algorithmischer Wirkungsmechanismen; während die vorliegende Arbeit primär auf den bewussten Plattformkonsum fokussiert, bleibt unklar, in welchem Maße passive und unbewusste Konsumstrukturen (wie Infinite-Scrolling-Loops/Doomscrolling) den Selbstwert langfristig beeinflussen. Schließlich verdeutlicht die geringe Fallzahl diverser Identitäten, dass geschlechtertheoretische und medienpädagogische Ansätze künftig intersektionaler aufgestellt sein müssen, um marginalisierte Gruppen und deren spezifische digitale Bewältigungsstrategien adäquat abzubilden.

7. Implikationen für die Sozialpädagogik

Die Ergebnisse dieser explorativen Forschung verdeutlichen eindrücklich, dass die digitale Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen tiefgreifende Einflüsse auf die Identitätsentwicklung, das Körperbild und den Selbstwert ausübt (siehe Kapitel 5). Da mediale Prozesse Sozialisation und Subjektbildung konstitutiv mitbestimmen, fungiert die Sozialpädagogik als eine essenzielle Vermittlungsinstanz an der Schnittstelle zwischen dem Medienalltag Heranwachsender und ihrem aktiven Handeln (Cleppien & Lerche, 2010). Aus den empirischen Befunden sowie den theoretischen Vorüberlegungen lassen sich zentrale Handlungsbedarfe und präventive wie interventionelle Ansätze für die sozialpädagogische Praxis ableiten:

Präventionsansätze

Die quantitativen und qualitativen Ergebnisse zeigen, dass Jugendliche im digitalen Raum massiven normativen Belastungen ausgesetzt sind. So korreliert die Nutzung visueller Plattformen und körperzentrierter Inhalte hochsignifikant mit einem gesteigerten Selbstoptimierungsdruck sowie psychischen Verunsicherungen (siehe Kapitel 5.1.4). Sozialpädagogische Präventionsansätze müssen hier ansetzen, indem sie strukturelle Schutzräume schaffen und frühzeitig über die potenziellen Risiken digitaler Mediennutzung aufklären. Dabei geht es nicht um eine kulturpessimistische Verteufelung digitaler Medien, sondern um die Stärkung von Resilienzfaktoren. Präventionsprogramme sollten darauf ausgerichtet sein, das Bewusstsein für algorithmische Verwertungslogiken und Inszenierungsstrategien zu schärfen. Wie Reimer et al. (2024) betonen, ist es notwendig, Heranwachsende frühzeitig für die Konsequenzen von Cybermobbing und digitaler Grenzüberschreitung zu sensibilisieren, um den in den Ergebnissen dokumentierten Belastungstendenzen adäquat zu begegnen.

Förderung kritischer Medienkompetenz

Ein zentrales Ergebnis der Untersuchung ist, dass Jugendliche der Generation Z zwar als „Digital Natives“ aufwachsen, jedoch keineswegs immun gegen die psychologischen Folgen digitaler Inszenierungen sind (siehe Kapitel 3.4). So machten die quantitativen Daten deutlich, dass ein Großteil der Befragten fast täglich mit idealisierten Darstellungen konfrontiert ist, während die qualitativen Aussagen offenbarten, wie schwer es den Jugendlichen fällt, diese Inszenierungen bewusst zu dekonstruieren. Die Sozialpädagogik ist daher in der Pflicht, eine fundierte Media-Literacy zu fördern (Aßmann et al., 2024). Medienkompetenz darf sich dabei nicht auf rein technische Anwendungskompetenzen beschränken, sondern muss als kritische Reflexionsfähigkeit verstanden werden. Adressat*innen müssen befähigt werden, Medienangebote selbstbestimmt, kritisch und sozial verantwortlich zu nutzen sowie eigene Inhalte reflektiert zu gestalten (Glodek et al., 2024).

Umgang mit Körperidealen

Die empirischen Daten spiegeln wider, dass insbesondere der eigene Körper und das Aussehen zentrale Bezugspunkte für das jugendliche Wohlbefinden und potenzielle Krisen darstellen (siehe Kapitel 5.1.3). In der quantitativen Erhebung zeigte sich dies an hohen Zustimmungswerten bezüglich unzufriedener Körperwahrnehmungen durch Social-Media-Vergleiche, während die qualitativen Interviewpassagen eindrücklich schildern, wie stark sich dieser Druck konkret auf das Essverhalten und das Alltagswohlbefinden auswirkt. Die ständige Konfrontation mit retuschierten Selfies und normativen Schönheitsidealen begünstigt Tendenzen zur Selbstobjektivierung, bei der der eigene Körper primär aus der Perspektive eines äußeren Betrachters bewertet wird (vgl. Papageorgiou et al., 2023). Um diesem Druck entgegenzuwirken, muss die Sozialpädagogik körperkritische und diversitätssensible Angebote etablieren. Ziel sozialpädagogischer Interventionen ist es, den Körper von einem bloßen Objekt der digitalen Optimierungsarbeit abzulösen und ihn wieder als individuelles Medium erlebbarer Identität zu stärken (Keupp, 2003).

Sensibilisierung für frühe Konfrontation

Ebenso verdeutlichen die Ergebnisse, dass der Einstiegszeitpunkt in die Nutzung sozialer Medien in eine hochsensible Entwicklungsphase fällt (siehe Kapitel 5.1.2). Das Jugendalter ist nach Erikson durch den Konflikt der Identitätsfindung geprägt (Lohaus & Vierhaus, 2019). Eine unvorbereitete oder sehr frühe Konfrontation mit sexualisierten Inhalten, digitaler Belästigung oder Extremformen der Selbstdarstellung trifft auf ein noch instabiles Selbstbild, was gravierende psychosoziale Risiken begünstigen kann (Papageorgiou et al., 2023; Reimer et al., 2024). Die Sozialpädagogik muss daher bereits im Übergang von der Grundschule in weiterführende Schulen ansetzen. Elternarbeit und schulische Medienbildung müssen Hand in Hand gehen, um Kinder vor den psychologischen Belastungen einer unkontrollierten digitalen Exposition zu schützen. Zudem müssen Fachkräfte in den neuen Handlungsfeldern des Digital Streetwork und der Online-Beratung präsent sein, um marginalisierte oder akut belastete Jugendliche in ihren digitalen Lebenswelten aufzusuchen und niederschwellige Hilfsangebote bereitzustellen (Aldendorff, 2024).

8. Fazit

Die vorliegende Arbeit hat sich intensiv mit der Frage auseinandergesetzt, wie stark der digitale Raum das Selbstbild und die Körperwahrnehmung der Generation Z prägt. Unter dem Titel **„Between Filters and Self-Worth - Der Einfluss sozialer Medien auf das Selbstbild und die Körperwahrnehmung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen der Gen Z“** verdeutlichen die theoretischen Ansätze sowie die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten empirischen Erhebungen, dass soziale Medien weit mehr als reine Unterhaltungsplattformen darstellen. Vielmehr fungieren sie als digitale Bühnen und ständige Begleiter, auf denen Jugendliche und junge Erwachsene intensiv mit Idealisierungen, algorithmisch gesteuerten Perfektionsstandards und massiven Vergleichsdynamiken konfrontiert werden.

Die Ergebnisse der Datenerhebung zeigen deutlich, dass der Grat zwischen digitalem Selbstausdruck und dem Verlust des eigenen Selbstwertgefühls oft schmal ist. Insbesondere die Omnipräsenz bearbeiteter Bilder, unrealistischer Körperideale und stark sexualisierter Inhalte führt bei vielen Heranwachsenden zu tiefgreifenden Verunsicherungen. Die oftmals unreflektierte Konfrontation mit scheinbar makellosen Leben und Körpern anderer löst Selbstzweifel aus, begünstigt die Entstehung von Essstörungen oder Körperdysmorphie und lässt das eigene Selbstwertgefühl hinter dem Druck der digitalen Erwartungen zurücktreten. Dennoch offenbart die Analyse auch positive Tendenzen: Ein wachsendes Bewusstsein für digitale Mechanismen, gezielte Pausen („Digital Detox“) sowie die kritische Reflexion konsumierter Inhalte helfen jungen Menschen zunehmend, sich von diesem Druck zu distanzieren.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Spannungsraum zwischen Inszenierung und Authentizität eine der größten psychologischen Herausforderungen für die Generation Z darstellt. Umso wichtiger ist es, die Medienkompetenz in Schulen, im familiären Umfeld und in jeglichem sozialpädagogischen Bereich gezielt zu stärken und Jugendliche frühzeitig für die Mechanismen hinter den Bildschirmen zu sensibilisieren.

Quellenverzeichnis

Literaturquellen:

Andresen, S., & Tippelt, R. (2018). Sexuelle Gewalt in Kindheit und Jugend. Theoretische, empirische und konzeptionelle Erkenntnisse und Herausforderungen erziehungswissenschaftlicher Forschung. Einführung zum Beiheft 2018. In S. Andresen & R. Tippelt (Hrsg.), *Sexuelle Gewalt in Kindheit und Jugend. Theoretische, empirische und konzeptionelle Erkenntnisse und Herausforderungen erziehungswissenschaftlicher Forschung* (Beiheft). BELTZ Juventa.

Arden, S., Behringer, F., Dill, H., Gabriel, M., Koepp, T., & Täubrich, M. (2026). *Zwischen Interessenvertretung und Kinderschutz. Zum Umgang mit sexualisierter Gewalt in der GEW von 1950 bis heute*. Beltz Juventa. https://doi.org/10.25656/01:34817

Armbruster, S. (2021). *Politisches Bewusstsein und Soziale Medien: Ein Vergleich der politischen Systeme und der Mediensysteme Ägyptens und Deutschlands*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32541-1

Aßmann, S., Grafe, S., & Martin, A. (2024). Medienbildung - interdisziplinäre und integrative Perspektiven. In S. Aßmann, S. Grafe & A. Martin (Hrsg.), *Medien - Bildung - Forschung: Integrative und interdisziplinäre Perspektiven*. Julius Klinkhardt. https://doi.org/10.35468/6129

Astheimer, J., Neumann-Braun, K., & Schmidt, A. (2011). MyFace: Portrait photography on the social web. In U. P. Autenrieth & K. Neumann-Braun (Hrsg.), *The visual worlds of social network sites*. Nomos. https://doi.org/10.5771/9783845232935-15

Autenrieth, U. P., & Neumann-Braun, K. (2011). Windows to ourselves or the visual worlds of social network sites - Introduction. In U. P. Autenrieth & K. Neumann-Braun (Eds.), *The visual worlds of social network sites*. Nomos. https://doi.org/10.5771/9783845232935-15

Bamberger, A., Stecher, S., Berg, K., Gebel, C., & Brüggen, N. (2023). *„Ich habe einen normalen Account, einen privaten Account und einen Fake Account." Instagram aus der Perspektive von 12- bis 15-Jährigen mit besonderem Fokus auf die Geschlechterpräsentation. Ausgewählte Ergebnisse der Monitoring-Studie* (ACT ON! Short Report, 10). JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis. https://doi.org/10.25656/01:26323

Bernhard, A., & Böhnisch, L. (2015). *Männliche Lebenswelten* (Brixener Studien zu Sozialpolitik und Sozialwissenschaft, Bd. 4). Bozen-Bolzano University Press. https://doi.org/10.25656/01:25472

Bücken, M., Gollers, S., Grafe, B., Meysen, T., & Schrapper, C. (2026). *Kann Prävention wirken? Forschung zur systematischen Prävention sexualisierter Gewalt an Kindern, Jugendlichen sowie schutz- oder hilfebedürftigen Erwachsenen in der katholischen Kirche in Nordrhein-Westfalen (PräNRW)*. Beltz Juventa. https://doi.org/10.3262/978-3-7799-9325-4

Cleppien, G., & Lerche, U. (2010). Einleitung - Soziale Arbeit und Medien. In G. Cleppien & U. Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92265-3

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

Ganguin, S., & Gemkow, J. (2022). Medienpädagogik und biographische Medienforschung. ". In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Geise, S. (2022). Theorieansätze und Hypothesen in der Medienpädagogik: Meinungsführer und der „Flow of Communication". In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Lobinger, K., & Geise, S. (2012). Zur Analyse von Bildern, Kulturen und Identitäten: Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung. In S. Geise & K. Lobinger (Hrsg.), *Bilder - Kulturen - Identitäten: Analysen zu einem Spannungsfeld visueller Kommunikationsforschung*. Herbert von Halem.

Glodek, A., Voigt, C., & Wolfinger, M. (2024). Kompetenzen Sozialer Arbeit in einer digitalisierten Welt: Ein Ordnungsversuch begrifflicher Vielfalt. In S. Neumaier, M. Dörr & E. Botzum (Hrsg.), *Praxishandbuch digitale Projekte in der Sozialen Arbeit*. Beltz Juventa. https://doi.org/10.3262/978-3-7799-7769-8

Götz, M. (2014). Die Konstruktion von Geschlecht. In A. Tillmann, S. Fleischer & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Kinder und Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18997-0

Götz, M., & Prommer, E. (2020). *Geschlechterstereotype und Soziale Medien. Expertise für den Dritten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ).

Gräßer, L., & Noll, C. (2022). Medienentwicklung und Medienpädagogik: Webvideo. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch.* Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Hartung, A. (2010). Medien als Orte informellen Lernens? In G. Cleppien & U. Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92265-3

Hoffmann, D. (2007). Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie. In D. Hoffmann & L. Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisationstheorien: Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90382-8

Hopf, C. & Kuckartz, U. (2016). *Schriften zu Methodologie und Methoden qualitativer Sozialforschung*. Springer VS.

Hugger, K.-U., & Noll, C. (2022). Medienentwicklung und Medienpädagogik: Mobile Medien. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Jäckel, M. (2008). *Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung* (4., überarb. u. erw. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2025). *JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2026). *JIMplus 2026. Digitales Wohlbefinden von Jugendlichen in Deutschland*.

Kammerl, R., Zieglmeier, M., & Wartberg, L. (2022). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Problematische Internetnutzung – Desiderat der Medienpädagogik? In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Kaspar, K. (2022). Medienpädagogik und sozialpsychologische Theorien. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Keupp, H. (2003). *Identitätskonstruktion*. Bundesweite Fachtagung zur Erlebnispädagogik, Magdeburg.

Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*. https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392

Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2024). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Umsetzung mit Software und künstlicher Intelligenz* (6., überarbeitete und erweiterte Auflage). Beltz Juventa.

Kunczik, M., & Zipfel, A. (2010). Gewalttätig durch Medien? In G. Cleppien & U. Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92265-3

Kutscher, N. (2010). Digitale Ungleichheit: Soziale Unterschiede in der Mediennutzung. In G. Cleppien & U. Lerche (Hrsg.), *Soziale Arbeit und Medien*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92265-3

Lohaus, A., & Vierhaus, M. (2019). *Entwicklungspsychologie des Kindes- und Jugendalters für Bachelor* (4., vollständig überarbeitete Aufl.). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-662-59192-5

Maurer, M. (2022). Theorieansätze und Hypothesen in der Medienpädagogik: Agenda-Setting. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Meier, A., & Reinecke, L. (2021). Computer-Mediated Communication, Social Media, and Mental Health: A Conceptual and Empirical Meta-Review. *Communication Research*. https://doi.org/10.1177/0093650220958224

Meltzer, C. E. (2017). *Medienwirkung trotz Erfahrung: Der Einfluss von direkter und medial vermittelter Erfahrung eines Ereignisses*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15579-7

Moser, H. (2014). Medien in der späten Kindheit. In A. Tillmann, S. Fleischer & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Kinder und Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18997-0

Noack, J. (2005). *Erik H. Eriksons Identitätstheorie* (J. Bilstein, Hrsg., Bd. 6). ATHENA-Verlag.

Papageorgiou, A., Cross, D., & Fisher, C. (2023). Sexualized images on social media and adolescent girls' mental health: Qualitative insights from parents, school support service staff and youth mental health service providers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *20*(1), Article 433. https://doi.org/10.3390/ijerph20010433

Reimer, J., & Endter, C. (2024). Wie weiter? Medienpädagogische Soziale Arbeit mit cyberkriminellen Jugendlichen (unter Mitarb. von A. Urban & C. Zeller, in Koop. mit K. Rothemund). In S. Neumaier, M. Dörr & E. Botzum (Hrsg.), *Praxishandbuch digitale Projekte in der Sozialen Arbeit*. Beltz Juventa. https://doi.org/10.3262/978-3-7799-7769-8

Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Basic Books.

Schramm, H., & Hartmann, T. (2007). Identität durch Mediennutzung? Die Rolle von parasozialen Interaktionen und Beziehungen mit Medienfiguren. In D. Hoffmann & L. Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisationstheorien: Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90382-8

Stegbauer, C. (2022). In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Süss, D. (2007). Mediensozialisation zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und Identitätskonstruktion. In D. Hoffmann & L. Mikos (Hrsg.), *Mediensozialisationstheorien: Neue Modelle und Ansätze in der Diskussion*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90382-8

Thimm, C. (2022). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Hate Speech, Fake News, Filter Bubbles & demokratische Öffentlichkeit. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Tillmann, A. (2022). Medien und Lebensalter: Jugendalter. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Vogelsang, V. (2022). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Sexualisierung und Pornografisierung. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Vollbrecht, R. (2014). Mediensozialisation. In A. Tillmann, S. Fleischer & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Kinder und Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18997-0

von Gottberg, J. (2014). Gesetzlicher Kinder- und Jugendschutz im Medienbereich. In A. Tillmann, S. Fleischer & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Kinder und Medien*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18997-0

von Gross, F. (2022). Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Jugendkulturen, Musik und Medien. In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Wulff, H. J., & Lehmann, I. (2022). Theorieansätze und Hypothesen in der Medienpädagogik: Kultivierungshypothese (Cultivation Hypothesis). In U. Sander, F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-23578-9

Ziemen, D. (2023). Von Pornografie und Kompetenzen: Zugänge zum Thema Pornografie und Schule. *Lehren & Lernen*, *49*(11), 21–23. https://doi.org/10.25656/01:34100

Internetquellen:

Dimock, M. (2019). Pew Research Center - Where Millennials end and Generation Z begins. [Online verfügbar unter: https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/ (abgerufen am 08.06.2026)].

Abbildungsquellen:

Abbildung1 Two Step-Flow Modell: https://www.communicationtheory.org/wp-content/uploads/2012/07/two-step-flow-of-communication.jpg 09.06.2026; 20:22

Abbildung 2: **Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2025).** *JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*.

Abbildung 3: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2025). *JIM-Studie 2025. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger*.

Abbildung 4-16: Selbsterstellte Darstellungen der gewonnenen quantitativen Ergebnisse

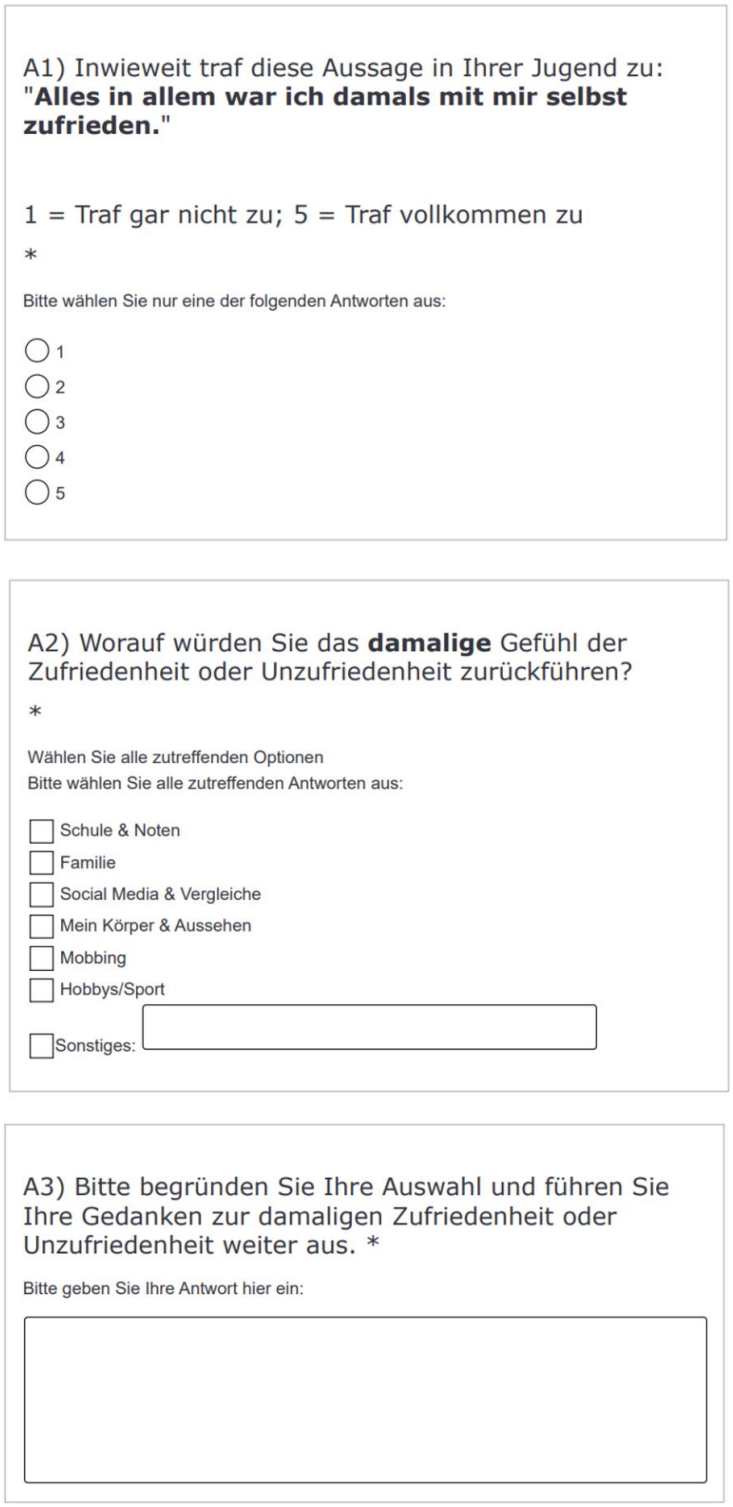
Abbildung 17: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2026). *JIMplus 2026. Digitales Wohlbefinden von Jugendlichen in Deutschland*.

Abbildung 18: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2026). *JIMplus 2026. Digitales Wohlbefinden von Jugendlichen in Deutschland*.

Abbildung 19: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. (2026). *JIMplus 2026. Digitales Wohlbefinden von Jugendlichen in Deutschland*

Anhang

Anhang 1: Beispiel aus dem Fragebogen für den „dreierfolgen Aufbau“



A1) Inwieweit traf diese Aussage in Ihrer Jugend zu: "**Alles in allem war ich damals mit mir selbst zufrieden.**"

1 = Traf gar nicht zu; 5 = Traf vollkommen zu

*

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ◯ 1
- ◯ 2
- ◯ 3
- ◯ 4
- ◯ 5

A2) Worauf würden Sie das **damalige** Gefühl der Zufriedenheit oder Unzufriedenheit zurückführen?

*

Wählen Sie alle zutreffenden Optionen
Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ Schule & Noten
- ☐ Familie
- ☐ Social Media & Vergleiche
- ☐ Mein Körper & Aussehen
- ☐ Mobbing
- ☐ Hobbys/Sport
- ☐ Sonstiges: [ ]

A3) Bitte begründen Sie Ihre Auswahl und führen Sie Ihre Gedanken zur damaligen Zufriedenheit oder Unzufriedenheit weiter aus. *

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[ ]

Quelle: Selbsterstellter Auszug aus dem originalen Fragebogen