

Christopher Blake

Wie mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen

Eine theoretische Rekonstruktion
der Wirkungsursachen



Springer VS

Wie mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen

Christopher Blake

Wie mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen

Eine theoretische Rekonstruktion
der Wirkungsursachen

Christopher Blake
Hannover, Deutschland

Zugleich: Dissertation an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover,
2014

ISBN 978-3-658-07749-5 ISBN 978-3-658-07750-1 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-07750-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2015

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media
(www.springer.com)

Zusammenfassung

Diese Arbeit soll dazu beitragen, umfassender und tiefgehender als bisher verstehen zu können, auf welche Art und Weise mediale Körperdarstellungen Einflüsse auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen ausüben können. Der Begriff Körperdarstellungen bezieht sich auf massenmedial verbreitete Bilder von Frauen, wie sie etwa in Fernsehsendungen oder Zeitschriften vorkommen können. Er umfasst sowohl die Abbildung einzelner Körperbereiche (z. B. des Gesichts oder des Bauches) als auch die des Körpers in Gänze.

Von Interesse sind hier zum einen die Ursachen kurzfristiger, innerhalb einzelner Rezeptionsepisoden entstehender Wirkungen von Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit. Zum anderen gehören auch die Ursachen langfristiger Wirkungen, die über viele einzelne Rezeptionsepisoden hinweg entstehen, zum zentralen Erkenntnisinteresse. Um die Ursachen der in der empirischen Forschungsliteratur identifizierten Befundmuster zu kurz- und langfristigen Wirkungen rekonstruieren zu können, wurde eine systematische Sichtung der vielen in der bisherigen Forschung meist unverknüpft nebeneinander existierenden Theoriebausteine vorgenommen. Die als relevant herausgestellten kommunikationswissenschaftlichen, sozialpsychologischen und medienpsychologischen Ansätze wurden anschließend in einem einheitlichen theoretischen Erklärungsrahmen auf Basis der Selbstdiskrepanztheorie integriert. Dieser ermöglicht die zusammenhängende Erklärung der teils widersprüchlich anmutenden empirischen Forschungsergebnisse, die zu den Wirkungen medialer Körperdarstellung auf die Körperzufriedenheit und deren Wirkungsbedingungen existieren.

Der vorgestellte Erklärungsrahmen wird im Hinblick auf seinen Beitrag zur Weiterentwicklung des interdisziplinären Forschungsfeldes diskutiert. Des Weiteren wird aufgezeigt, wie die gewonnenen Erkenntnisse zu Wirkungsursachen medialer Körperdarstellungen dazu genutzt werden können, bestehende Präventions- und Interventionsprogramme effektiver zu gestalten. Diese Programme haben das Ziel, Beeinträchtigungen der Körperzufriedenheit, die durch die Betrachtung hochattraktiver medialer Körperdarstellungen entstehen können, zu verhindern bzw. zu mindern. Auch Empfehlungen für den kommunikatorseitigen Umgang mit Körperdarstellungen in den Medien, deren Umsetzung zur Reduzierung der häufig dokumentierten negativen Einflüsse dieser Darstellungen auf die Körperzufriedenheit führen kann, werden auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse diskutiert.

Abstract

This work contributes to a more comprehensive understanding of the processes that mediate the effects of media portrayals of female bodies or specific body regions (e. g. the belly or the face) on women's body satisfaction. It investigates the causes of short-term media effects as well as those of long-term media effects. The term "short-term effect" refers to changes in body satisfaction that occur as a result of a single episode of media use. Accordingly, "long-term effect" refers to changes that result from the cumulative effect of multiple of those episodes. An integrative theoretical model was built. It facilitates a coherent explanation for the broad range of empirical results concerning media influences on body satisfaction, some of which are seemingly contradictory. The model is based on selected theoretical concepts from communication science, social psychology and media psychology. The incorporated concepts have mostly been considered separately so far. In the concluding part of this work, the contribution of the developed model to the interdisciplinary research area is discussed. Furthermore, it is shown how the effectiveness of existing prevention and intervention programs that attempt to avert the widely documented negative effects of portrayals of idealized bodies on women's body satisfaction can be improved based on the gained knowledge about relevant mediating processes. Finally, media-oriented recommendations concerning the portrayal of female bodies are derived from the model. They show further ways to counteract negative media influences on women's body image.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung und Forschungsinteresse.....	1
2	Definition des Begriffs Körperzufriedenheit	7
3	Körperdarstellungen in den Medien.....	13
3.1	Definition des Begriffs Körperdarstellungen.....	14
3.2	Merkmale idealisierter Körperdarstellungen	15
3.3	Inhaltsanalytische Befunde zum Aussehen und zur Kontextualisierung von Körperdarstellungen	16
3.3.1	Befunde zu Körperdarstellungen im TV	16
3.3.2	Befunde zu Körperdarstellungen in Printmedien.....	24
3.3.3	Befunde zu Körperdarstellungen in Bildschirmspielen.....	29
3.3.4	Befunde zu Körperdarstellungen im Internet.....	32
3.3.5	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	35
3.4	Gründe für die mediale Präsentation idealisierter Körperdarstellungen.....	36
3.4.1	Strukturelle Erklärung.....	37
3.4.2	Funktionale Erklärungen	38
3.4.3	Zusammenfassung	41
4	Forschungsstand zur Wirkung medialer Körperdarstellungen	43
4.1	Kurzfristige Wirkungen.....	44
4.1.1	Beeinträchtigung der Körperzufriedenheit	44
4.1.2	Nulleffekte	48
4.1.3	Erhöhung der Körperzufriedenheit	52
4.1.4	Moderatorvariablen.....	54
4.1.5	Fazit zu kurzfristigen Wirkungen	61
4.2	Langfristige Wirkungen	64
4.2.1	Korrelative Zusammenhänge in Querschnittsbefragungen.....	65
4.2.2	Korrelative Zusammenhänge in Längsschnittstudien.....	70

4.2.3	Fazit zu langfristigen Wirkungen.....	85
5	Theoretische Rekonstruktion	91
5.1	Selbstdiskrepanzen als Grundlage körperbezogener Zufriedenheitsurteile.....	92
5.1.1	Ebenen der selbstbezogenen Wahrnehmung in der Selbstdiskrepanztheorie.....	93
5.1.2	Zusammenhänge zwischen Selbstdiskrepanzen und Emotionen	96
5.1.3	Bisherige Anwendung der Selbstdiskrepanztheorie zur Erklärung der Einflüsse von Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit.....	99
5.1.4	Zusammenfassung	102
5.2	Rekonstruktion kurzfristiger Einflüsse.....	103
5.2.1	Beeinflussung der Körperzufriedenheit durch soziale Vergleichsprozesse	104
5.2.2	Beeinflussung der Körperzufriedenheit durch Identifikationsprozesse.....	129
5.2.3	Beeinflussung der Körperzufriedenheit durch vermutete Medienwirkungen auf Dritte	136
5.2.4	Zusammenfassung zur theoretischen Rekonstruktion kurzfristiger Wirkungen	146
5.3	Rekonstruktion langfristiger Einflüsse	151
5.3.1	Beeinflussung aussehensbezogener Soll-Zustände durch Kultivation	152
5.3.2	Beeinflussung der Ausprägung aussehensbezogener Soll-Zustände durch wiederholt wahrgenommene Medieneinflüsse auf Dritte	161
5.3.3	Anhaltende Beeinflussung der Verfügbarkeit von Selbstdiskrepanzen durch wiederholte Aktivierung.....	165
5.3.4	Rückwirkung des Einflusses medialer Körperdarstellungen auf deren Selektion	170
5.3.5	Zusammenfassung zur theoretischen Rekonstruktion langfristiger Wirkungen	176

6	Diskussion	179
6.1	Limitationen	190
6.2	Anknüpfungspunkte für zukünftige Forschungsprojekte.....	191
6.3	Praktische Implikationen der Befunde	198
6.3.1	Implikationen für rezipientinnenorientierte Präventions- und Interventionsmaßnahmen.....	199
6.3.2	Implikationen der Befunde für die Präsentation von Körperdarstellungen in den Medien.....	204
6.4	Fazit	213
7	Literaturverzeichnis	215

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1:</i>	Zentrale Ergebnisse der thematischen Panelstudien im Überblick.....	78
<i>Tabelle 2:</i>	Kurzfristige Wirkungen, Wirkungsbedingungen und deren Ursachen im Überblick	149
<i>Tabelle 3:</i>	Langfristige Wirkung und Wirkungsursachen im Überblick.....	177

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1:</i>	Figurenbasierte Skala zur Messung von Körperzufriedenheit (Figure Rating Scale von Stunkard et al., 1983, S. 119).....	9
<i>Abbildung 2:</i>	Visualisierung relevanter Ebenen körperbezogener Soll/Ist-Vergleiche	95
<i>Abbildung 3:</i>	Mediationsmodell zum Zusammenhang zwischen der Betrachtung idealisierter Körperdarstellungen in den Medien und Essstörungen (Harrison, 2001, S. 295).	99
<i>Abbildung 4:</i>	Moderiertes Mediationsmodell zum Zusammenhang zwischen der Betrachtung idealisierter Körperdarstellungen in den Medien und negativen körperbezogenen Gefühlen (Dittmar et al., 2009, S. 51).	100
<i>Abbildung 5:</i>	Ursachen kurzfristiger Einflüsse medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen im Überblick. SV = Soziale Vergleiche.....	147
<i>Abbildung 6:</i>	Rückwirkung des Einflusses von Körperdarstellungen auf deren Selektion	170
<i>Abbildung 7:</i>	Ursachen langfristiger Wirkungen medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen in einem reziproken Erklärungsrahmen.	178
<i>Abbildung 8:</i>	Die Ursachen kurz- und langfristiger Wirkungen medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen. SV = Soziale Vergleiche.....	189

1 Einleitung und Forschungsinteresse

Sie sind überall. In den Zeitschriften, die wir lesen, den Filmen, Shows und Serien, die wir schauen, und auf den Plakaten, an denen wir beim Stadtbummel vorbeigehen. Perfekt gestylte, jugendliche Menschen mit idealem Körperbau und symmetrischen Gesichtszügen zeigen uns ihr wunderbares Lächeln über alle medialen Kanäle. So oder ähnlich wird zumindest oftmals argumentiert, wenn visuellen Medien vorgeworfen wird, ein unrealistisches, für die Mehrheit der Bevölkerung unerreichbares Schönheitsideal zu etablieren und dadurch dazu beizutragen, dass wir unzufrieden mit unserem eigenen äußeren Erscheinungsbild werden. Diese Vermutung kann mittlerweile als „popular truism“, also als Allgemeinplatz in der öffentlichen Diskussion um das Thema bezeichnet werden (Wykes & Gunter, 2005, S. 3). Dass sie durchaus nicht unplausibel ist, zeigen die regen wissenschaftlichen Forschungsaktivitäten, die seit nunmehr rund 30 Jahren durchgeführt werden, um potenziellen Medieneinflüssen auf die Körperzufriedenheit von Menschen auf den Grund zu gehen. Die seit den 1990er Jahren steigende Anzahl thematischer Publikationen in diesem Bereich sowie die innerhalb der letzten Jahre zahlreich veröffentlichten Sonderausgaben wissenschaftlicher Fachzeitschriften sind ein Indikator für die hohe wissenschaftliche Relevanz, die dem Thema zugeschrieben wird.

Wie auch bei der Erforschung anderer Wirkungsphänomene beschäftigten sich die thematischen Studien zunächst mit Wirkungsarten und Wirkungsbedingungen. Sie wollten also die Frage klären, *ob und unter welchen Bedingungen* die Rezeption medialer Körperdarstellungen Einflüsse auf das Publikum entfalten kann. Eine zentrale abhängige Variable, deren Beeinflussbarkeit dabei von den meisten Arbeiten erfasst wird, ist die Körperzufriedenheit von Personen. Die zentrale Rolle dieses Aspektes ergibt sich aus dem empirisch gut belegten Umstand, dass Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper als Vorläufer mannigfaltiger mentaler Probleme angesehen werden kann (siehe Dittmar, 2009 für einen Überblick). Dazu gehören eine generell negative Selbstwahrnehmung, ein geringes Selbstwertgefühl sowie Depressionen (Johnson & Wardle, 2005). Auch psychosomatische und körperliche Probleme, wie etwa verschiedene Formen von Essstörungen, sind bekannte mittelbare Folgen der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper (Delinsky, 2011; Johnson & Wardle, 2005; Wertheim & Paxton, 2011). Darüber hinaus hängen das Führen ungesunder unbalancierter Diäten, der

Missbrauch von Abführmitteln zur Gewichtsreduktion sowie die Bereitschaft, sich kosmetischen Operationen zu unterziehen, positiv mit Körperunzufriedenheit zusammen, bzw. werden in der einschlägigen Literatur als Folgen derselben verstanden (Dittmar, 2009). Ein positives Körperbild kann demnach als bedeutende Determinante vieler Aspekte physischer und mentaler Gesundheit angesehen werden (ebd.).

Obschon durchaus auch Männer von Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper sowie den damit zusammenhängenden Folgen betroffen sind, handelt es sich dabei dennoch primär um ein frauenspezifisches Problem: „Compared to men, women report greater body dissatisfaction (Feingold & Mazzella, 1998), are psychologically more invested in their appearance, report greater negative affective consequences of body dissatisfaction (e.g., Muth & Cash, 1997), and are more likely to suffer from eating disorders (Eating Disorders Association, 2000)” (Halliwell & Dittmar, 2006, S. 448; siehe auch Baumann, 2009 oder Levine & Harrison, 2009). Aus diesem Grund widmet sich auch diese Arbeit speziell den Effekten medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen.

Welche Ergebnisse liegen also bisher zu den Einflüssen medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit vor? Die Befunde der empirischen Arbeiten weisen eine beachtliche Bandbreite auf. Während viele Studien feststellen, dass idealisierte Darstellungen weiblicher Körper bei ihren Betrachterinnen zu einer gesteigerten Unzufriedenheit mit dem eigenen Aussehen führen (z. B. Dittmar & Howard, 2004; Halliwell & Dittmar, 2004; Lavine, Sweeney, & Wagner, 1999), bleiben derartige Effekte bei einem relevanten Teil der Untersuchungen aus (z. B. Champion & Furnham, 1999; Halliwell, Dittmar, & Howe, 2005; Lennon, Lillithun, & Buckland, 1999). In einigen experimentellen Studien waren die Probandinnen sogar zufriedener oder empfanden sich selbst als sexuell attraktiver, nachdem sie Werbeanzeigen mit makellosen Models betrachtet hatten (Henderson-King & Henderson-King, 1997; Tiggemann, Polivy, & Hargreaves, 2009; Wilcox & Laird, 2000). Bemerkenswert an dieser uneinheitlichen Erkenntnislage ist, dass auch unter Verwendung ähnlicher Designs, Erhebungsinstrumente und Probandengruppen teils unterschiedliche Ergebnisse beobachtet werden konnten.

Um die auf den ersten Blick widersprüchlich anmutenden Ergebnisse verstehen zu können, muss eine Rekonstruktion der Wirkungsursachen vorgenommen werden. In anderen Worten: Es muss geklärt werden, *warum* bzw. *auf welche Art und Weise* mediale Körperdarstellungen ihre Einflüsse auf Rezipientinnen entfalten. Es wurden von anderen Autorinnen und Autoren bereits verschiedene theoretische Ansätze zur Rekonstruktion der Effekte herangezogen, die sich infolge der Betrachtung medialer Körperdarstellungen einstellen können. Dazu

gehören die Selbstdiskrepanztheorie, die Theorie Sozialer Vergleiche, Kultivationsprozesse, Identifikationsprozesse, Kontrasteffekte sowie Third-Person-Effekte. Meist beziehen sich bisherige Arbeiten auf einzelne dieser Konzepte zur Vorhersage oder Ex-Post-Erklärung beobachteter Effekte. Die angesprochenen Erklärungsansätze existieren dadurch weitgehend nebeneinander. Nur selten wurde der Versuch unternommen, Anknüpfungspunkte zur Integration der einzelnen Bausteine zu finden (López-Guimerà, Levine, Sánchez-Carracedo, & Fauquet, 2010). Der geschilderten Heterogenität der empirischen Befunde, die zu den Wirkungsarten vorliegen, steht also bisher keine angemessene theoretische Rekonstruktion der Wirkungsursachen gegenüber. Im Gegenteil: Die Varianz in den Befunden wird bisher „largely ignored by the field“ (Tiggemann et al., 2009, S. 74). Die große Bandbreite unterschiedlicher Arten von Körperdarstellungen, die in den Medien zu finden sind, sowie auch der potenziell unterschiedliche Umgang aktiver, motivegeleiteter Rezipientinnen mit diesen Körperdarstellungen muss dazu führen, dass die Reichweite bisheriger Wirkungsmodelle sehr beschränkt bleibt. Levine und Harrison (2009, S. 510) kommen in ihrem Forschungsreview deshalb zum Schluss, dass „theoretical models that articulate clearly the transactional relationship between the media content; hypothesized processes [...] and the proposed media effects“ vonnöten sind (vgl. auch Nabi, 2009). An diesem zentralen Defizit der bisherigen Forschung knüpft die vorliegende Arbeit an. Sie soll, das ist das zentrale Ziel, dazu beitragen, *umfassender* und *besser* als bisher verstehen zu können, *auf welche Art und Weise* mediale Körperdarstellungen einen Einfluss auf die Körperzufriedenheit von Personen nehmen. Zu diesem Zweck werden theoretische Ansätze identifiziert und diskutiert, anhand derer eine Rekonstruktion der Ursachen kurzfristiger und langfristiger Wirkungen medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit möglich ist. Darüber hinaus werden die als relevant herausgestellten Theoriebausteine innerhalb eines einheitlichen theoretischen Erklärungsrahmens integriert, der von größerer Reichweite und Detailgenauigkeit ist als die bisherigen Ansätze. Dadurch soll ein umfassenderes und tiefergehendes Verständnis der relevanten Wirkungsprozesse ermöglicht werden. Das geschilderte Anliegen der Arbeit, durch das ein relevantes Defizit der thematischen Grundlagenforschung behoben werden soll, drückt sich in der folgenden Forschungsfrage aus:

Wie lassen sich die Ursachen der kurz- und langfristigen Wirkungen medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen theoretisch rekonstruieren?

Zu Gunsten einer Fokussierung auf die im Zentrum des Erkenntnisinteresses stehende Identifikation und Integration jener Wirkungsprozesse, durch die medi-

ale Körperdarstellungen einen Einfluss auf die Körperzufriedenheit von Personen nehmen können, werden in dieser Arbeit bewusst andere bedeutende Determinanten der Körperzufriedenheit, die in der interdisziplinären Literatur genannt werden, ausgeblendet. Dazu gehören z. B. physische Eigenschaften und Veränderungen des eigenen Körpers (Cash, 2011), Persönlichkeitsmerkmale (Cash, 2011) sowie soziale Einflüsse durch Partner, Verwandte und Freunde (Jones, 2011). Die Zielsetzung dieser Arbeit umfasst nicht die vollständige Identifizierung jener Faktoren, die von Bedeutung zur Erklärung der interpersonellen Varianz der publikumsseitigen Körperzufriedenheit sind. Stattdessen sollen mit angemessener Detailtiefe die Wirkungsursachen eines speziell aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive relevanten Einflussfaktors, nämlich medialer Körperdarstellungen, herausgearbeitet werden. Bei den zu diesem Zweck berücksichtigten Theoriebausteinen findet indes keine Beschränkung auf originär kommunikationswissenschaftliche Ansätze statt. Es wird in der Tradition des Fachs als „Schnittstellenwissenschaft“ auch auf relevante Ansätze aus dem reichhaltigen theoretischen Inventar benachbarter Disziplinen, wie etwa der Sozial- und der Medienpsychologie, zurückgegriffen.

Neben dem beschriebenen Beitrag zur wissenschaftlichen Grundlagenforschung hat die Arbeit auch eine klare anwendungsbezogene Relevanz. Unzufriedenheit mit dem eigenen Aussehen ist in westlichen Gesellschaften weit verbreitet (Cash, 2004; Cash & Henry, 1995; Etcoff, Orbach, Scott, & D'Agostino, 2004). Aus einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung amerikanischer Frauen ging etwa hervor, dass 48 Prozent von ihnen allgemein eher unzufrieden mit ihrem Äußeren sind. Auf einzelne Aspekte des Körpers bezogen zeigt sich folgendes Bild: Während nur ein Viertel der Frauen mit ihrem Oberkörper unzufrieden ist, trifft dies für den Bereich zwischen Hüfte und Brust („mid torso“) auf 51 Prozent der Frauen zu. Mit ihrem Körper von der Hüfte abwärts („lower torso“) sind 47 Prozent der Frauen unzufrieden; in Bezug auf das Gewicht sind es 46 Prozent (Cash & Henry, 1995). Wie bereits angesprochen wurde, weisen die Ergebnisse eines beachtlichen Teils der bisherigen Untersuchungen darauf hin, dass die Rezeption hochattraktiver Körperdarstellungen in den Medien zur geschilderten weit verbreiteten Unzufriedenheit mit dem eigenen Aussehen beitragen kann (Want, 2009). Dies ist insofern problematisch, als dass Körperunzufriedenheit als Vorläufer mannigfaltiger mentaler und körperlicher Probleme angesehen werden kann, wie oben mit Verweis auf Delinsky (2011), Dittmar (2009), Johnson und Wardle (2005) sowie Wertheim und Paxton (2011) bereits angesprochen wurde. Eine generell negative Selbstwahrnehmung, ein geringes Selbstwertgefühl, Depressionen und verschiedene Formen von Essstörungen sind Beispiele dafür. Es ist aus diesem Grund erstrebenswert, effektive Maßnahmen zur Verringerung der unerwünschten Wirkungen medialer Körperdarstellungen

auf die Körperzufriedenheit zu entwickeln. Ein genaues Verständnis der Wirkungsprozesse, durch die Medien ihre Einflüsse entfalten, ist dabei essentiell für eine an den Ursachen der unerwünschten Wirkungen anknüpfende Entwicklung wirkungsvoller Präventions- und Interventionsprogramme. „For health educators, to change the target outcome variable, they can seek to focus on the mediating variables that are related to the behavioral outcome.“ (Wang, 2010, S. 51). Die im Zentrum dieser Arbeit stehende Rekonstruktion der Wirkungsursachen medialer Körperdarstellungen stellt somit eine relevante Form der Grundlagenforschung dar, die auch der sinnvollen Weiterentwicklung bestehender Präventions- und Interventionsmaßnahmen (vgl. Kapitel 6.3.1) dienlich ist. Dadurch kann möglicherweise ein Beitrag zur verbesserten Bekämpfung des in der Gesellschaft weit verbreiteten und mit negativen psychischen und physischen Folgen behafteten Phänomens der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper geleistet werden.

Um die hier aufgeworfene Forschungsfrage zu beantworten, werden die folgenden Schritte unternommen. Zunächst erfolgt in Kapitel 2 eine Auseinandersetzung mit dem zu erklärenden Konstrukt: Körperzufriedenheit. Um erklären zu können, wie mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen können, ist zunächst ein genaues Verständnis davon notwendig, was Zufriedenheit ist und wie sie generell entsteht. Anknüpfend an die Definition der Körperzufriedenheit findet in Kapitel 3 die Definition des speziellen Medieninhalts statt, dessen Wirkungen auf die Körperzufriedenheit hier theoretisch rekonstruiert werden sollen: Körperdarstellungen. Auf der Definition von Körperdarstellungen sowie Merkmalen idealisierter Körperdarstellungen aufbauend findet eine Auseinandersetzung mit der Frage statt, mit welcher Art von Körperdarstellungen Rezipientinnen in unterschiedlichen Medien konfrontiert werden. Um später sachlich abschätzen zu können, welche Wirkungen mediale Körperdarstellungen kurz- und langfristig auf die Körperzufriedenheit von Frauen haben, muss zunächst ein realistischer Eindruck davon gewonnen werden, mit welchen Stimuli Rezipientinnen während ihres alltäglichen Medienkonsums konfrontiert werden. In Kapitel 4 wird der bisherige Forschungsstand zu Wirkungen medialer Körperdarstellungen auf die Körperzufriedenheit von Rezipientinnen strukturiert zusammengefasst. Dabei wird ein Eindruck von der bestehenden Bandbreite unterschiedlicher, teils widersprüchlich wirkender Befunde gegeben werden, die es im folgenden Kapitel 5 zu rekonstruieren gilt, um eine Antwort auf die Fragestellung dieser Arbeit zu erlangen. Das Kapitel zur theoretischen Rekonstruktion ist grob in kurz- und langfristige Wirkungen geteilt, zu deren Erklärung Theorien und Ansätze aus der Kommunikationswissenschaft, der Sozialpsychologie und der Medienpsychologie kombiniert werden. Dass die hier angenommenen Wirkungsprozesse tatsächlich von Relevanz sind und auch mit den spezifischen,

ihnen zugeschriebenen Wirkungen einhergehen, wird innerhalb des Kapitels anhand exemplarischer empirischer Befunde demonstriert, soweit diese in der bisherigen Forschung verfügbar sind. Innerhalb des abschließenden sechsten Kapitels der Arbeit wird der zuvor entwickelte theoretische Erklärungsrahmen im Hinblick auf seinen Beitrag zur Weiterentwicklung des Forschungsfeldes diskutiert. Daneben werden auch praktische Implikationen in Bezug auf die Gestaltung von Präventions- und Interventionsprogrammen sowie den kommunikatorseitigen Umgang mit Körperdarstellungen in den Medien diskutiert.

2 Definition des Begriffs Körperzufriedenheit

Körperzufriedenheit ist das zentrale Konstrukt dieser Arbeit. In der Mehrzahl der kommunikationswissenschaftlichen und sozialpsychologischen Studien, die sich mit den Wirkungen medialer Körperdarstellungen befassen, wird Körperzufriedenheit als abhängige Variable untersucht (Grabe, Ward, & Hyde, 2008). Der häufigen Betrachtung dieser Zielgröße steht bisher eine unbefriedigende Auseinandersetzung mit ihrer Bedeutung gegenüber: Der scheinbar eindeutige Begriff bleibt oft undefiniert und wird dementsprechend auch sehr heterogen in der empirischen Forschung verwendet. Einig ist man sich nur darin, dass der Begriff Körperzufriedenheit sich ausschließlich auf das *Aussehen* des Körpers bezieht. Andere Aspekte, wie etwa die körperliche Gesundheit oder Leistungsfähigkeit, werden nicht durch ihn abgedeckt (vgl. Überblick über die Maße bei Grabe et al., 2008). Im Folgenden werden die in der bisherigen Forschung existierenden Auslegungen des Begriffs knapp skizziert. Diese können trotz fehlender Definitionen aus der Art der gewählten Operationalisierungen rekonstruiert werden. Daran anknüpfend wird eine klare Arbeitsdefinition des Begriffs Körperzufriedenheit entwickelt, auf die im weiteren Verlauf dieser Arbeit Bezug genommen werden kann. Die geschilderten Arbeitsschritte stellen eine wichtige Grundlage im Rahmen der Rekonstruktion jener Wirkungsprozesse dar, über die mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen: Um verstehen zu können, *warum* mediale Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen, muss zunächst herausgearbeitet werden, *was* genau Körperzufriedenheit ist.

In kommunikationswissenschaftlichen und sozialpsychologischen Untersuchungen wird Zufriedenheit mit dem eigenen Körper oft implizit oder explizit als Teil des übergeordneten Konstrukts Körperbild (englisch: Body Image) behandelt. Die unterschiedlichen Dimensionalisierungen des Konstrukts Körperbild umfassen weitgehend übereinstimmend sowohl *perzeptuelle* als auch *einstellungsbezogene* Aspekte (Grogan, 2008; Letosa-Porta, Ferrer-García, & Gutiérrez-Maldonado, 2005; Thompson & Gardner, 2004; Thompson & van den Berg, 2004).

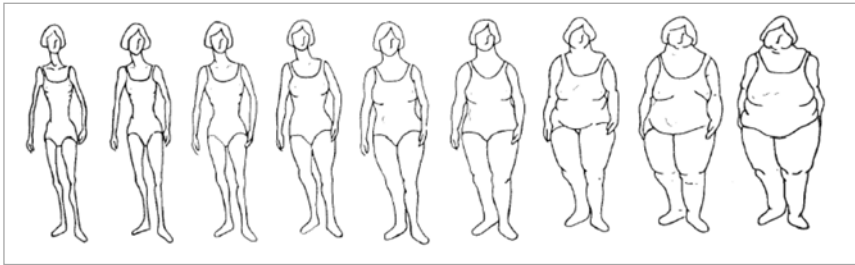
Die *perzeptuelle* Dimension des Körperbildes beschreibt, wie exakt die subjektive Wahrnehmung des Körpers der objektiven Körpergestalt entspricht. Abweichungen zwischen subjektiver und objektiver Gestalt werden als Wahrnehmungsverzerrung (perceptual distortion) bezeichnet (Letosa-Porta et al., 2005,

S. 638, Thompson & Gardner, 2004). Die perzeptuelle Dimension ist für den weiteren Verlauf dieses Kapitels nicht von Belang. Relevant ist hingegen die *einstellungsbezogene* Dimension des Körperbildes, zu der neben vielen anderen Aspekten auch die hier interessierende Körperzufriedenheit gezählt wird (vgl. z. B. Grogan, 2008; Thompson & van den Berg, 2004). Was ist also unter Körperzufriedenheit als Subdimension des einstellungsbezogenen Körperbildes zu verstehen? Definiert man den Begriff Einstellung als „psychologische Tendenz, die sich in der Bewertung einer bestimmten Entität durch ein gewisses Maß an Wohlwollen oder Mißfallen [sic] ausdrückt“ (Eagly & Chaiken, 1993, S. 1 nach Stahlberg & Frey, 1997, S. 221) oder einfacher nach Herkner (1991, S. 181) als subjektive Bewertung eines Einstellungsobjektes, so könnte man Körperzufriedenheit entsprechend als *subjektive Bewertung des eigenen Aussehens* verstehen. Eine Betrachtung der innerhalb bisheriger Studien gewählten Operationalisierungsvarianten zeigt, dass dies tatsächlich eine der drei vorherrschenden Auslegungen des Begriffs Körperzufriedenheit ist (vgl. Grogan, 2008 sowie Thompson & van den Berg, 2004 für einen Überblick).

- a. *Körperzufriedenheit als subjektive Bewertung des Aussehens*: In einer relevanten Gruppe von Studien wird die Körperzufriedenheit von Personen sehr direkt durch deren Zustimmung zu Items wie z. B. „Ich bin mit meinem Aussehen zufrieden“ oder „I like my looks just the way they are“ erhoben (Schemer, 2007, S. 62; Halliwell & Dittmar, 2006, S. 452). Die Urteile werden dann auf meist fünf- bis siebenstufigen Likert-Skalen von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“ erfasst (Thompson & van den Berg, 2004). Durch diese erste Art der Operationalisierung wird der Begriff Körperzufriedenheit, wie eben bereits erwähnt, im Sinne eines Einstellungskonstruktes verwendet.
- b. *Körperzufriedenheit als wahrgenommene Diskrepanz zwischen körperbezogenen Ist- und Soll-Zuständen*: Eine andere gängige Variante der Messung von Körperzufriedenheit als Subdimension des einstellungsbezogenen Körperbildes erfolgt auf Basis von Figurenskalen (Grogan, 2008; Thompson & van den Berg, 2004). Beispiele dafür sind die „Figure Rating Scale“ (Stunkard, Sørensen, & Schulsinger, 1983) oder auch die „Contour Drawing Rating Scale“ (Thompson & Gray, 1995). Skalen dieser Art bestehen aus Silhouetten oder schematisch angedeuteten Körperformen unterschiedlicher Gestalt. Sie unterscheiden sich etwa hinsichtlich des dargestellten Körpergewichtes oder der Muskulösität (vgl. Thompson & Gray, 1995 oder Thompson & van den Berg, 2004 für einen Überblick). Im Rahmen der Körperzufriedenheitsmessung sollen die Befragten angeben, welche der Figuren a) ihrer eigenen Körperform am ehesten entspricht (Ist-Zustand) und

b) wie welche der Figuren sie am liebsten aussehen würden (Soll-Zustand). Das Ausmaß der Differenz zwischen beiden Urteilen wird dann als Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper bzw. der eigenen Körperform interpretiert: je größer die Differenz, desto unzufriedener die Person (Grogan, 2008; Thompson & Gray, 1995). Durch diese Art der Operationalisierung wird Körperzufriedenheit als kognitives Phänomen beschrieben: die Wahrnehmung einer Diskrepanz zwischen körperbezogenen Soll- und Ist-Zuständen.

Abbildung 1: Figurenbasierte Skala zur Messung von Körperzufriedenheit (Figure Rating Scale von Stunkard et al., 1983, S. 119)



- c. *Körperzufriedenheit als Intensität und Valenz körperbezogener Gefühle:* Andere Studien operationalisieren Körperzufriedenheit wiederum als Intensität und Valenz der auf das äußerliche Erscheinungsbild bezogenen Gefühle. Henderson-King und Henderson-King (1997) nutzen etwa die Body Esteem Scale (kurz: BES, vgl. Franzoi & Shields, 1984), um Körperzufriedenheit zu messen. Versuchspersonen bewerten dabei ihre körperbezogenen Gefühle im Hinblick auf verschiedene Körperteile auf Skalen von 1 (stark negativ) bis 5 (stark positiv). Auch die von Dittmar und Howard (2004) genutzte, situationsbezogene Version der „Physical Appearance State and Trait Anxiety Scale“ (PASTAS) wird zu den Maßen gezählt, über die Körperzufriedenheit abgebildet werden kann (Grabe et al., 2008). Hier werden Versuchspersonen gebeten, auf einer 5er Skala von „überhaupt nicht“ bis „sehr stark“ anzugeben, wie sehr sie zurzeit im Hinblick auf unterschiedliche Aspekte ihres körperlichen Erscheinungsbildes sorgen (z. B. „The extent to which I look overweight“, „the shape of my lips“ oder „my muscle tone“, Reed, Thompson, Brannick, & Sacco, 1991, S. 326-328). Durch diese Art der Operationalisierung wird dem Konstrukt Körperzufriedenheit ein affektiver Charakter zugeschrieben.

Diese Arbeit schließt sich jenem Verständnis von Körperzufriedenheit an, auf das Operationalisierungsvariante a) schließen lässt: Körperzufriedenheit wird hier als Einstellung, also als subjektive Bewertung des eigenen Aussehens definiert. Bewertungen eines Einstellungsobjektes (hier: das Aussehen des Körpers) können sowohl kognitive als auch affektive Fundierungen haben (Herkner, 1991, S. 189). Die Wahrnehmung körperbezogener Soll/Ist-Diskrepanzen (vgl. Operationalisierungsvariante b)) stellt eine kognitive Fundierung der Körperzufriedenheit dar: Je weiter der wahrgenommene Status-Quo vom Soll-Zustand entfernt ist, desto geringer sollte die Zufriedenheit ausfallen. Die in Operationalisierungsvariante c) beschriebenen körperbezogenen Emotionen können hingegen als affektive Fundierung angesehen werden: Je positiver die auf den eigenen Körper bezogenen Gefühle sind, desto höher wird das Zufriedenheitsurteil ausfallen (warum dem so ist, wird im Folgenden noch erläutert). Die geschilderten Operationalisierungen b) und c) sind also nicht mit Körperzufriedenheit gleichzusetzen. Sie stellen die kognitive und affektive Fundierung dar, auf der die durch Operationalisierungsvariante a) erfasste Körperzufriedenheit basiert.

Zur kognitiven Fundierung: Auch andere Disziplinen, in denen Zufriedenheit als abhängige Variable erforscht wird, heben die Bedeutung kognitiver Vergleichsprozesse zwischen Soll- und Ist-Zuständen als Ursache für die Entstehung von Zufriedenheit hervor. Zu nennen wären hier etwa die Happiness Studies (aV: Lebenszufriedenheit), die Arbeits- und Organisationspsychologie (aV: Arbeitszufriedenheit) sowie die Marketingforschung (aV: Kundenzufriedenheit). Allen genannten Forschungslinien ist gemein, dass sie die aus dem kognitiven Vergleich resultierende Diskrepanzwahrnehmung von Personen als relevanten Faktor zur Erklärung von (Un-)Zufriedenheit ansehen (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985; Neuberger, 1974; Oliver, 1980). „Any feature-based evaluative judgment requires a representation of the target (i.e., the object of judgment), as well as a representation of some standard against which the target is evaluated“ (Schwarz & Bless, 2007, S. 120). Auch innerhalb einiger Beiträge der thematischen kommunikationswissenschaftlichen und sozialpsychologischen Forschung wird diese Auffassung deutlich (z. B. bei Dittmar, Halliwell, & Stirling, 2009 oder Harrison, 2001). Ogilvie (1987) erweitert die beschriebene Perspektive, indem er nicht nur die Relevanz der *Nähe zu Soll-Zuständen*, sondern auch jene der *Entfernung zu Soll-Nicht-Zuständen* thematisiert. Je größer die subjektiv wahrgenommene Entfernung zu unerwünschten oder sogar gefürchteten Soll-Nicht-Zuständen ausfällt, desto höher sollte die Zufriedenheit von Personen seiner Ansicht nach ausgeprägt sein. Ogilvie (1987) kann überzeugende empirische Evidenzen für diese plausible Erweiterung vorlegen. Auch in dieser Arbeit werden Diskrepanzen zwischen Soll-Nicht und Ist-Zuständen deshalb berücksichtigt.

Bei der Betrachtung des Einflusses von Soll/Ist- bzw. Soll-Nicht/Ist-Diskrepanzen auf die Körperzufriedenheit muss letztlich auch berücksichtigt werden, dass nur jene Diskrepanzen in die Beurteilung der Körperzufriedenheit eingehen, die a) in der Urteilsituation gedanklich verfügbar sind und b) relevante Aspekte betreffen (vgl. Cash & Szymanski, 1995 oder Neuberger, 1974, S. 148 zur „Bedeutungsgewichtung“ von Soll/Ist-Abweichungen). Existieren z. B. größere Abweichungen hinsichtlich eines Aspektes, der Personen eher unwichtig ist, werden diese ihre Zufriedenheit nicht maßgeblich beeinträchtigen. Ebenso können logischerweise auch jene Diskrepanzen, die im Moment der Urteilsbildung gedanklich nicht verfügbar sind, keinen Einfluss auf die Bewertung des Aussehens nehmen.

Zur affektiven Fundierung: Neben der kognitiven Fundierung kann die Bewertung des äußeren Erscheinungsbildes auch affektiv fundiert, d. h. von der Stimmung zum Urteilszeitpunkt geprägt sein. Der Einfluss von Stimmungen auf evaluative Urteile, wie z. B. die Zufriedenheit mit dem eigenen Leben (Schwarz & Clore, 1983) oder die Zufriedenheit mit Konsumgütern (Isen, Shalcker, Clark, & Karp, 1978) ist durch umfangreiche empirische Belege gut dokumentiert. Negative Stimmungen können einen abträglichen Einfluss auf die Beurteilung des Einstellungsobjektes haben. Positive Stimmungen können hingegen einen bewertungsverbessernden Effekt ausüben (Schwarz, 1988; Schwarz & Clore, 1996). Für diesen Effekt werden unterschiedliche Erklärungen angeführt. Der Ansatz stimmungskongruenter Erinnerungen geht davon aus, dass Personen sich ihrer aktuellen Stimmung entsprechende, urteilsrelevante Informationen (z. B. Eigenschaften des Beurteilungsgegenstandes oder Erfahrungen mit dem Beurteilungsgegenstand) einfacher ins Gedächtnis rufen können als inkongruente. Empirische Erkenntnisse konnten übereinstimmend mit dieser Annahme zeigen, dass tatsächlich bei „gehobener Stimmung positiv bewertetes Material im Gedächtnis leichter verfügbar ist als negativ bewertetes Material, während negatives Material unter gedrückter Stimmung leichter verfügbar ist“ (Schwarz, 1988, S. 149; Blaney, 1986; Schwarz & Clore, 1983, 1996). Bei der Beurteilung eines Bewertungsgegenstandes, die rationell meist nur auf Basis einer begrenzten Informationsgrundlage erfolgt (Fiedler, 1997), dominieren deshalb die einfacher verfügbaren, stimmungskongruenten Informationen. Diese selektive Erinnerung kann eine Beurteilungsverzerrung hervorrufen.

Mit diesem Ansatz schwer zu vereinbarende empirische Befunde haben schließlich zu einem zweiten Erklärungsansatz geführt, in dem Stimmungen selbst ein Informationswert im Rahmen der Beurteilung zugeschrieben wird. Die grundlegende Möglichkeit, Emotionen als Informationen in Beurteilungsprozessen heranzuziehen, verdeutlicht Schwarz (1988, S. 149) am Beispiel der Beurteilung der Lebenswürdigkeit einer Person. Um dieses Urteil ohne größeren Auf-

wand, d. h. ohne eine Sammlung, Bewertung und Verdichtung relevanter Informationen in Bezug auf die Liebenswürdigkeit fällen zu können, bietet es sich hier an, die eigenen Empfindungen gegenüber der zu bewertenden Person als Urteilsbasis zu verwenden. Auch bei weniger direkt auf die eigenen Empfindungen bezogenen Evaluationen ist eine solche Vereinfachung des Urteilsprozesses möglich. „Anstatt in einen aufwendigen Such- und Bewertungsprozeß [sic] einzutreten, könnten Personen ihre emotionale Reaktion auf den Urteilsgegenstand als Urteilsgrundlage heranziehen, wie dies die amerikanische Redewendung "How do you feel about it?" nahelegt“ (Schwarz, 1988, S. 150). Personen haben gemäß dieses Ansatzes Schwierigkeiten, ihre emotionalen Reaktionen in Bezug auf einen konkreten Beurteilungsgegenstand (hier: das äußerliche Erscheinungsbild) von ihrer „allgemeinen emotionalen Befindlichkeit zum Urteilszeitpunkt“ zu unterscheiden (ebd.). Aufgrund dessen kann eine allgemein positive oder negative Stimmung als Reaktion auf den Beurteilungsgegenstand also als körperbezogene Emotion fehlgedeutet werden (Schwarz, 1988). Es würde dann in einer positiven Stimmungslage zu einer vorteilhafteren Bewertung des Einstellungsobjektes kommen als in einer negativen Stimmung. Lediglich wenn aktuelle Stimmungen bewusst einer vom Urteilsgegenstand unabhängigen Ursache zugeschrieben werden (z. B. dem schlechten Wetter), wird ihnen kein informativer Wert in Bezug auf das zu fällende Urteil zugeschrieben. Die entsprechenden Einflüsse auf die Bewertung bleiben dann aus (Schwarz & Clore, 1983).

Zusammenfassung: Der Begriff Körperzufriedenheit bezieht sich auf die subjektive Bewertung des eigenen äußeren Erscheinungsbildes. Die Bewertung basiert auf aussehensbezogenen Soll/Ist- bzw. Soll-Nicht/Ist-Vergleichen hinsichtlich subjektiv relevanter Aspekte des Aussehens und der momentanen Stimmung. Zufriedenheit kann als Kontinuum mit den Polen Zufriedenheit und Unzufriedenheit aufgefasst werden. Zufriedenheit kann immer dann erreicht werden, wenn in der Urteilssituation geringe Soll/Ist- oder große Soll-Nicht/Ist-Diskrepanzen bezüglich relevanter Merkmale gedanklich verfügbar sind und eine positive Stimmung die Urteilssituation dominiert. Bei großen Soll/Ist-Diskrepanzen, kleinen Soll-Nicht/Ist-Diskrepanzen oder negativer Stimmung wird entsprechend eine weniger positive Evaluation des äußerlichen Erscheinungsbildes erfolgen. Zufriedenheit ist demnach eine Einstellung, die sowohl kognitiv als auch affektiv fundiert ist. Es wird an späterer Stelle noch zu klären sein, inwieweit die kognitiven und affektiven Fundierungen des Einstellungsstruktes Körperzufriedenheit als voneinander unabhängige oder aber sich gegenseitig bedingende Aspekte aufgefasst werden sollten (vgl. Kapitel 5.1.2).

3 Körperdarstellungen in den Medien

Zeitschriften- und Buchbeiträge zum Thema der Wirkung medialer Körperdarstellung auf Rezipientinnen und Rezipienten werden oft mit der Schilderung zweier gegenläufiger Trends eingeleitet: Während das massenmediale Körperbild von idealtypisch schönen Darstellungen dominiert wird, die zudem im Laufe der Zeit immer schlanker werden, gibt es in der Gesellschaft eine umgekehrte Entwicklung: Die Menschen vieler Industriestaaten gewinnen zunehmend an Körpermasse. Dieser Gegensatz, so die nachvollziehbare Argumentation vieler Autorinnen und Autoren (z. B. Spitzer, Henderson, & Zivian, 1999), stelle den Nährboden für die Entstehung von Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper dar und rechtfertige damit die wissenschaftliche Erforschung des Themas: „The recent surge in effects research on this topic seems justified by content analyses reporting how ubiquitous the lean body ideal is and how much leaner it has become over the past 50 years“ (Harrison, 2009, S. 394).

Während sich der zweite Trend, die Gewichtszunahme der Bevölkerung, relativ eindeutig anhand entsprechender empirischer Kennzahlen belegen lässt (OECD, 2012), gilt es, die oftmals konstatierte Omnipräsenz idealisierter, immer schlanker werdender Körperdarstellung in den Medien kritisch zu hinterfragen. Dies geschieht im Folgenden durch eine systematische Betrachtung bestehender inhaltsanalytischer Befunde zum äußeren Erscheinungsbild medialer Körperdarstellungen. Bevor später diskutiert wird, auf welche Art und Weise Körperdarstellungen die Körperzufriedenheit beeinflussen können, wird also zunächst ein Eindruck davon gegeben, in welcher Form und in welchem Rahmen Körperdarstellungen unterschiedlicher Attraktivität in den Medien präsent sind. Eine realistische Beurteilung der Stimuli, mit denen Rezipientinnen während des Medienkonsums konfrontiert werden, stellt eine notwendige Grundlage für die sachliche Abschätzung möglicher Risiken für die Körperzufriedenheit durch Medienkonsum dar. Vor der Betrachtung der inhaltsanalytischen Befunde findet zunächst eine vorbereitende, definitorische Auseinandersetzung mit dem Begriff Körperdarstellungen statt.

3.1 Definition des Begriffs Körperdarstellungen

Der Begriff Körperdarstellungen setzt sich aus zwei Bestandteilen zusammen, die im Folgenden erläutert und für die weitere Verwendung im Rahmen der Arbeit definiert werden.

Mit *Darstellungen* sind hier ausschließlich *visuelle* Körperrepräsentationen gemeint. Auf diese bezieht sich auch der bisherige wissenschaftliche und öffentliche Diskurs. Sprachliche Beschreibungen des äußerlichen Erscheinungsbildes, wie sie etwa in Büchern oder dem Radio vorkommen können, werden im Rahmen dieser Arbeit nicht berücksichtigt. Es sind hier nur Körperdarstellungen in visuellen oder audiovisuellen Medien von Interesse. Dazu zählen z. B. Zeitungen und Zeitschriften, das Fernsehen, das Internet oder auch Bildschirmspiele. Der Darstellungsbegriff beschränkt sich hier demnach nicht auf reale fotografische oder filmische Abbildungen. Auch virtuelle Körperrepräsentationen, wie sie z. B. in Bildschirmspielen oder computeranimierten Filmen/Filmpassagen vorkommen, zählen dazu.

Der *Körperbegriff* umfasst hier sowohl den Kopf, den Rumpf sowie auch die Beine des menschlichen Körpers. Es muss nicht zwingend der komplette Körper präsentiert werden, damit von einer Körperdarstellung die Rede sein kann. Auch die fokussierte Präsentation einzelner Körperbereiche, wie z. B. des Gesichts oder des Oberkörpers, wird hier als Körperdarstellung verstanden. Der Grund dafür ist, dass potenzielle Wirkungen aus theoretischer Sicht nicht an die vollständige Abbildung des Körpers gebunden sind (vgl. Kap. 5) und diese in den Medien auch in vielen Fällen nicht gegeben ist.

Rezipientinnen gewinnen bei der Betrachtung medialer Körperdarstellungen einen *Gesamteindruck* vom äußerlichen Erscheinungsbild, für den neben der Körperform oder dem Hautbild (als Beispiele) auch andere Aspekte wie etwa die Kleidung, mögliche Accessoires oder das Make-Up eine Relevanz haben können (Baumann, 2009). Auch sie werden hier deshalb als integraler Bestandteil von Körperdarstellungen aufgefasst. Würde man einen Körperbegriff wählen, der diese Elemente nicht umfasst, so beschränkte er sich im Wesentlichen auf nackte, ungeschminkte und frei von Accessoires wie z. B. Ketten oder Ringen präsentierte Frauen. Dies würde nur einen irrelevant kleinen Bereich der in der Diskussion stehenden Abbildungen umfassen. Selbstverständlich bedeutet dies nicht, dass alle Elemente des Körpers gleichbedeutend für dessen wahrgenommene Attraktivität und die von ihm ausgehenden Wirkungen sind (siehe Kapitel 3.2 sowie Franzoi & Herzog, 1987).

Der Begriff Körperdarstellungen wird hier dem Begriff *Frauendarstellungen* vorgezogen, da Letzterer bereits eng mit Forschung zur Darstellung von

Geschlechterrollen verknüpft ist (Velte, 1995) und in diesem Zusammenhang weit mehr als das äußerliche Erscheinungsbild umfasst.

Bei Körperdarstellungen handelt es sich zusammengefasst also um massenmediale visuelle Abbildungen von Frauen, die einzelne Körperregionen oder aber den kompletten Körper umfassen. Sie schließen nicht nur den Körper im engeren Sinne, sondern auch ihn umhüllende Kleidung, Kosmetika oder Accessoires ein.

3.2 Merkmale idealisierter Körperdarstellungen

Von idealisierten Darstellungen kann gesprochen werden, wenn mediale Körperdarstellungen zentrale Attraktivitätsmerkmale aufweisen. Als bedeutende Determinanten weiblicher Attraktivität gelten das äußerlich erkennbare Alter (Baumann, 2009), die Körperfülle (Franzoi & Herzog, 1987) sowie das Verhältnis von Taillenbreite zu Hüftbreite (Waist-to-Hip Ratio, kurz: WHR, Singh, 1994; Singh & Luis, 1995). Der Körperfülle kommt dabei eine besondere Relevanz für das attraktivitätsbezogene Gesamturteil zu (Baumann, 2009; Franzoi & Herzog, 1987). Schlankheit wird in westlich geprägten Industriegesellschaften, in denen hochkalorische Lebensmittel ständig verfügbar sind, mit „Fitness und Selbstkontrolle assoziiert—Aspekte, die in einer auf Individualismus und Konkurrenz ausgelegten Gesellschaft von Vorteil sein können“ (Schemer, 2003, S. 525 mit Verweis auf Thompson, Heinberg, Altabe, & Tenteleff-Dunn, 1999). In Bezug auf das angesprochene Taille-Hüfte-Verhältnis wird eine Relation von 0,7 (also eine eher konkave Form, bei der die Taille den 0,7-fachen Umfang der Hüfte aufweist) als besonders attraktiv empfunden (Singh, 1993; Singh & Luis, 1995). Auch die Beschaffenheit des Gesichts spielt eine bedeutende Rolle bei der Beurteilung der Attraktivität (Franzoi & Herzog, 1987): Als besonders attraktiv wahrgenommen wird eine symmetrische, durchschnittliche Gesichtsform, die über deutlich ausgeprägte sekundäre Geschlechtsmerkmale verfügt, also z. B. durch volle Lippen und Wangen besonders feminin wirkt (Little, Jones, & DeBruine, 2011). Jugendlich wirkende, d. h. frei von sichtbaren Alterskennzeichen wie z. B. Falten und grauen Haaren präsentierte, schlanke Frauen mit femininen, symmetrischen sowie durchschnittlich ausgeprägten Gesichtsformen werden gemäß obiger Ausführungen also tendenziell als attraktiv wahrgenommen.

Im Rahmen der folgenden Aufarbeitung inhaltsanalytischer Befunde dienen die hier grob skizzierten Merkmale attraktiver Körper als Kriterien, anhand derer die Verbreitung idealisierter medialer Körperdarstellungen in unterschiedlichen Mediengattungen beurteilt werden kann. Die geschilderten Merkmale attraktiver Gesichter wurden in den vorliegenden inhaltsanalytischen Untersuchungen aller-