



Die Bedeutung des Körperbildes bei den Jugendlichen

Präsentation des Arbeitspapiers Nr. 3
von Gesundheitsförderung Schweiz
und praktische Interventionsbeispiele

Chiara Testera Borrelli, Co-Leiterin Gesundes Körpergewicht,
Gesundheitsförderung Schweiz
Bern, November 2014



Schweizer Daten zu Beginn des Prozesses

- | Der Ländervergleich der HBSC-Daten zeigt auf, dass **Sorgen und Unzufriedenheit im Zusammenhang mit dem Körpergewicht und dem Körperbild** in den Industrieländern **zugenommen** haben.
- | Der Phase der **Pubertät** kommt eine besondere Bedeutung für die Entwicklung des Körperbewusstseins zu.
- | Eine **starke Gewichtskontrolle und ungesunde Verhaltensweisen** wie das Auslassen von Mahlzeiten oder geringe Kalorienzufuhr, korrelieren mit der Unzufriedenheit mit dem Körperbild..
- | Unzufriedenheit mit dem Körpergewicht kann einhergehen **mit zunehmendem Substanzkonsum, risikoreichem Sexualverhalten und schlechter psychischer Gesundheit.**

Quelle: World Health Organization WHO, *Social determinants of health and well-being among young people*, HBSC: Health behaviour in school-aged children study, International report from the 2009/2010 survey, Copenhagen: WHO Regional Office for Europe, 2012, S. 93 ff..



HBSC 2010: « Übergewicht und Adipositas »

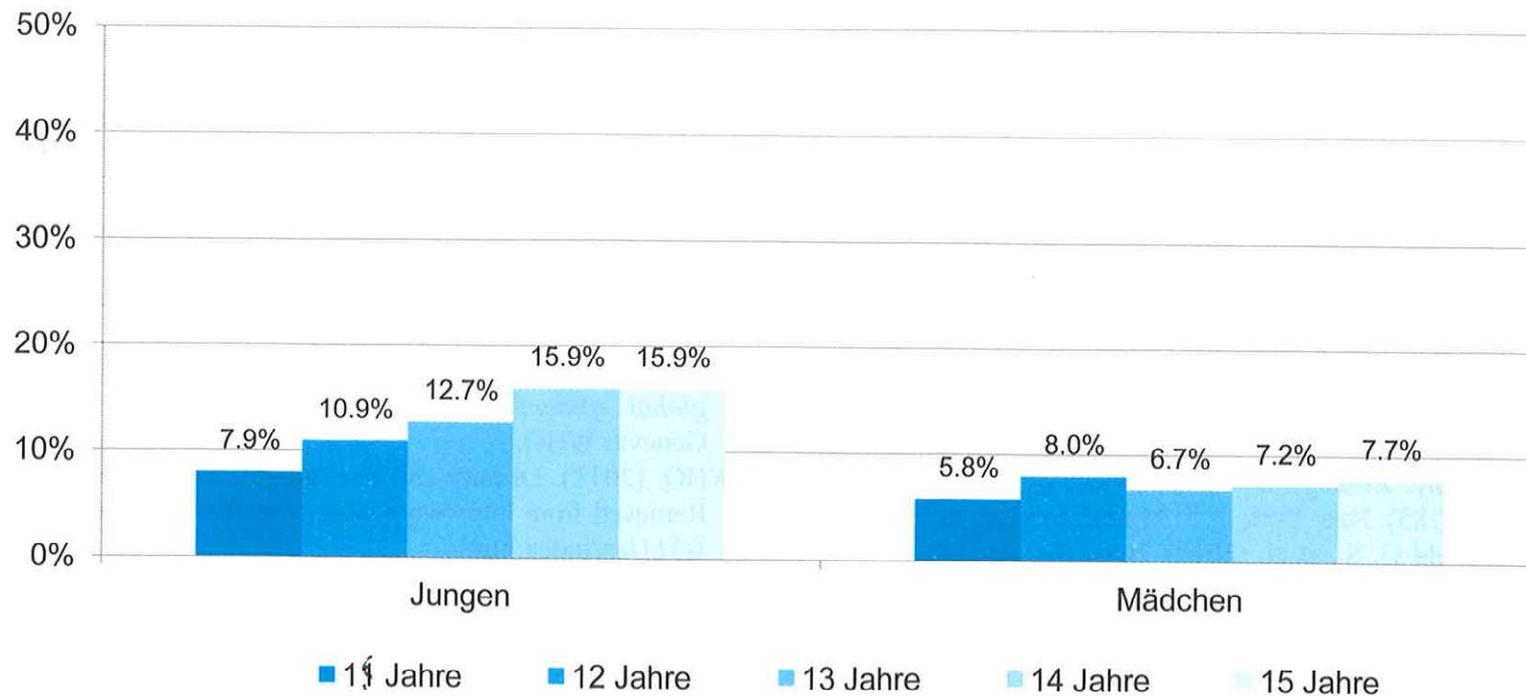


Abbildung 1: Anteile der 11- bis 15-jährigen Jugendlichen mit Übergewicht oder Fettleibigkeit (HBSC 2010, in %)



HBSC 2010: « Eigenwahrnehmung zum Gewicht »

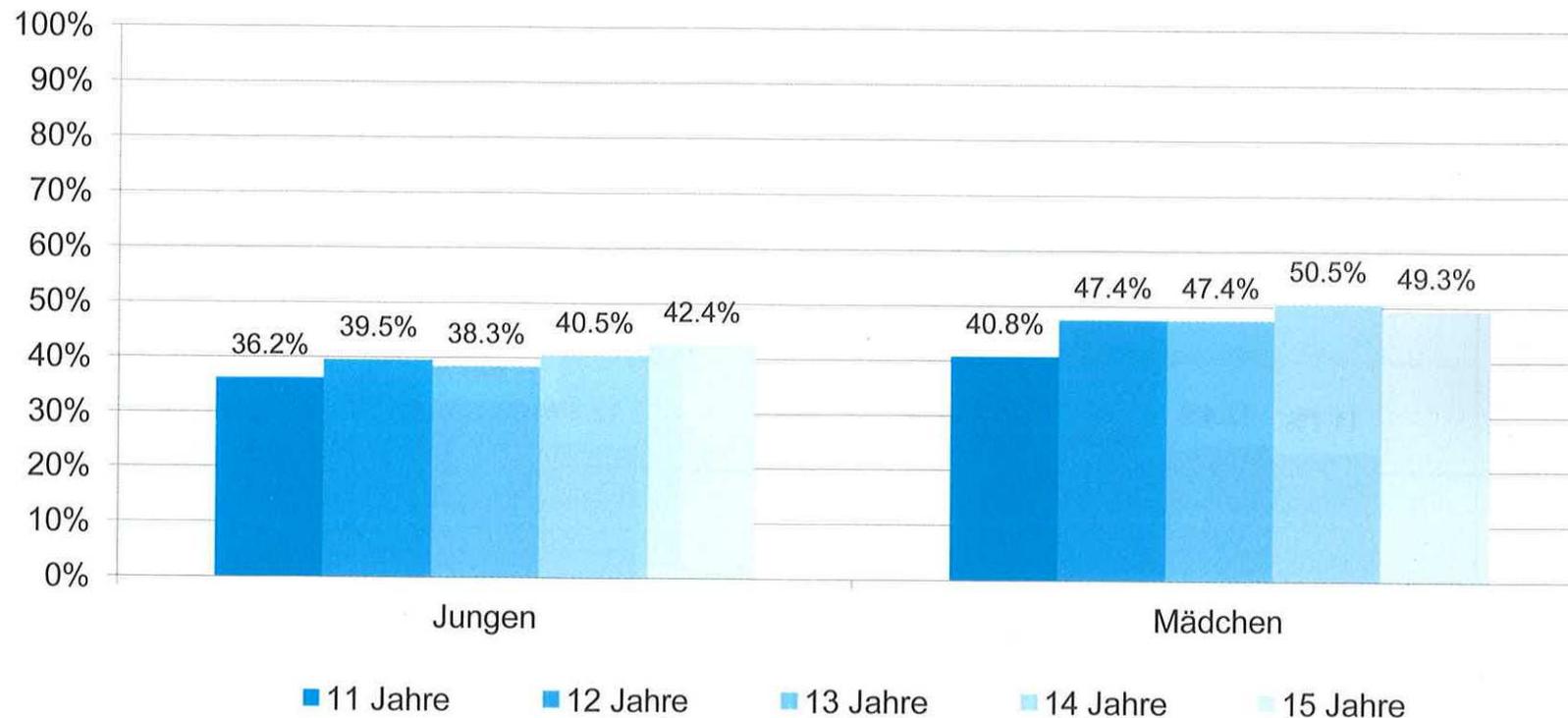


Abbildung 2: Anteile der 11- bis 15-jährigen Jugendlichen, die mit ihrem Körpergewicht unzufrieden sind (HBSC 2010, in %)

HBSC 2010: « Eigenwahrnehmung zum Gewicht»



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

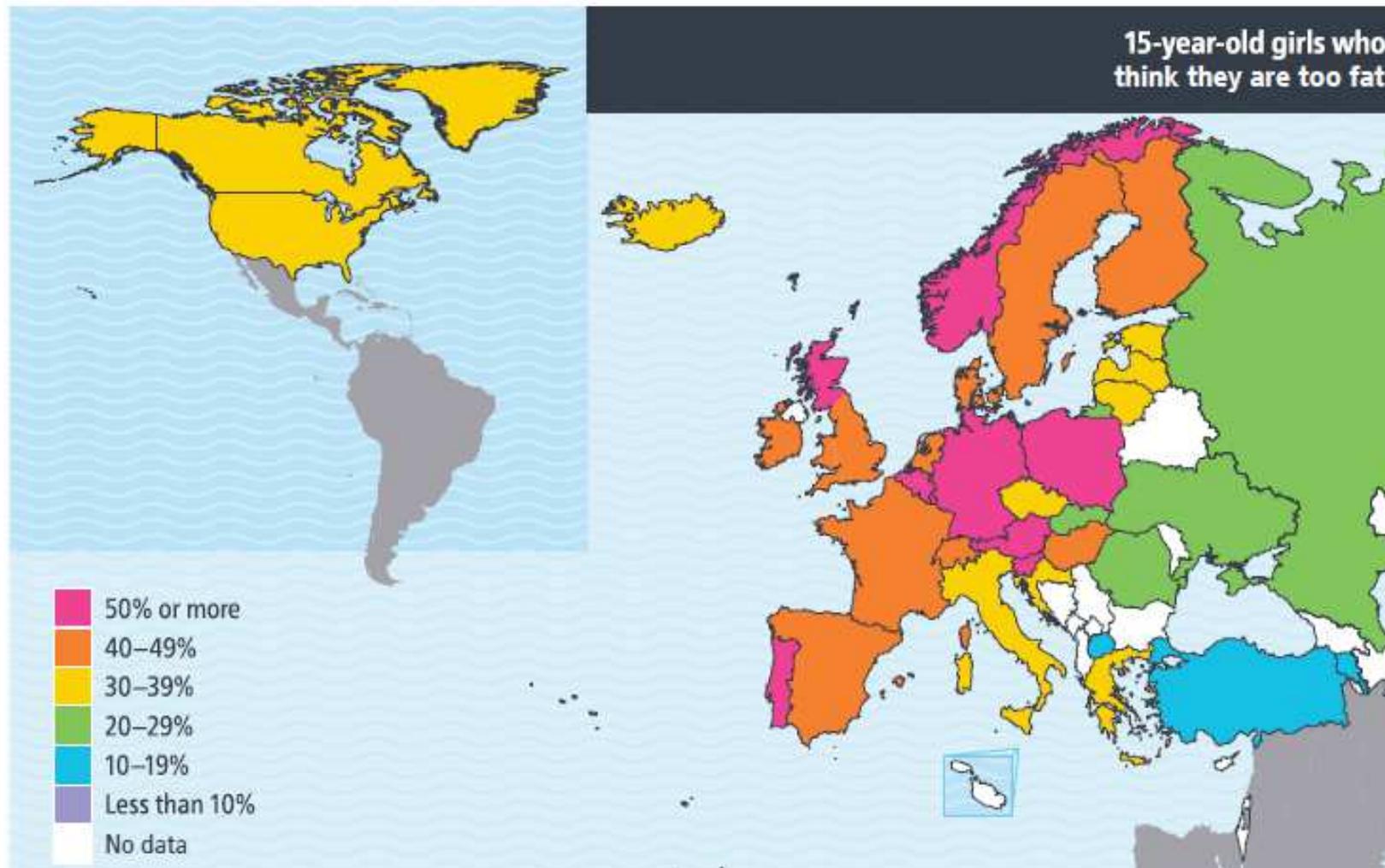


Abbildung 1: «15-year-old girls and boys who think they are too fat»: World Health Organization WHO, *Social determinants of health and well-being among young people*, HBSC: Health behaviour in school-aged children study, International report from the 2009/2010 survey, Copenhagen: WHO Regional Office for Europe, 2012, S. 96



HBSC 2010: « Eigenwahrnehmung für die Notwendigkeit einer Gewichtsreduktion

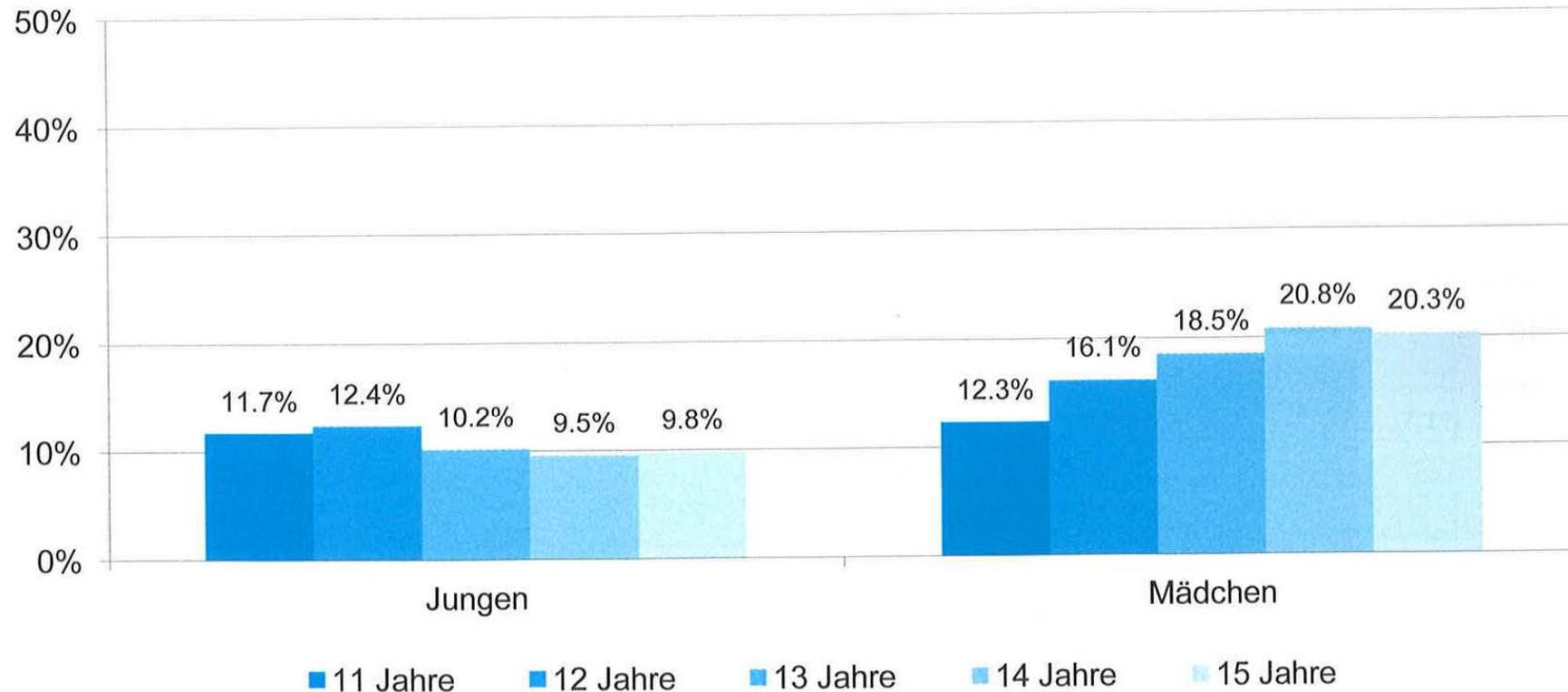


Abbildung 3: Anteile der 11- bis 15-jährigen Jugendlichen, die eine Abmagerungskur oder andere Massnahmen zur Gewichtsreduktion getroffen haben (HBSC 2010, in %)



Gibt es ein Public Health Problem?

- Schönheitsideale haben immer variiert im Laufe der Zeit und innerhalb der Kulturen
- Schon immer wurden Veränderungen am Körper vorgenommen





Botschaften in den Medien 2014

90 Operationen – um wie Barbies Freund auszusehen

NEW YORK. Justin Jedlica (32) hat einen ungewöhnlichen Traum: Er möchte aussiehten wie Kim, der langjährige Boyfriend der Kultpuppe Barbie. Dafür liess sich der New Yorker in den letzten zehn Jahren rund 90 Mal unter Messer – die Unterfragen, das er sich rund 100.000 Dollar kosten liess. Für seine «muskulöse» Figur verbrachte er aber nicht etwa Tausende von Stunden im Fitnessstudio, sondern liess sich Silikon in Brust, Hüften, Arme und Bauch spätzen. «Ich liebe es, mich zu verwandeln», begründet Jedlica seine Obsession. «Die Norm zu verschleiern, macht mir einfach Spass.»



Will wie die Puppe Kim aussehen: Justin Jedlica, 30 Jahre alt.



Gegensätze
Die dünne Barbie-Puppe (l.) und ihr «echtes» Pendant.

Echte Barbie hat grosse rüsse

SCHÖN → Streichholzbeine, eine Wespentaille – und schon 54 Jahre auf den zarten Schultern. Als reale Person könnte die Barbie-Puppe von Mattel mit diesen Proportionen niemals überleben. Schlechtes Vorbild, fand der Künstler Nickolay Lamm und entwarf eine neue Barbie nach den Massen einer durchschnittlichen 19-jährigen Amerikanerin. Ergebnis: Die «echte» Barbie ist kleiner, hat weibliche Kurven, mehr Busen und sogar grössere Füsse. Und sieht sehr gut aus. **Me**



Im 2014...

Le régime miracle n'existe pas! S'il existait, on le saurait!

DERMIERIK

MAIGRISSEZ MAINTENANT, ET POUR DE BON!

PERDEZ 7 livres en 14 jours

« Une méthode efficace et durable, une perte de poids garantie! »
- Dr Meyer, M.b.

DES TESTS CLINIQUES LE PROUVENT!
Recommandé par le Dr Meyer, M.b.

Maximisez votre perte de poids grâce aux gélules minceur!
Avec les gélules minceur, nul besoin de faire de l'exercice! Ce produit entièrement naturel s'attaque aux graisses en les brûlant pendant que vous dormez!

Kate Winslet : La future maman honteusement retouchée chez Vogue

1/10

NEWS PUBLIÉE LE MARDI 15 OCTOBRE 2013 À 18:06

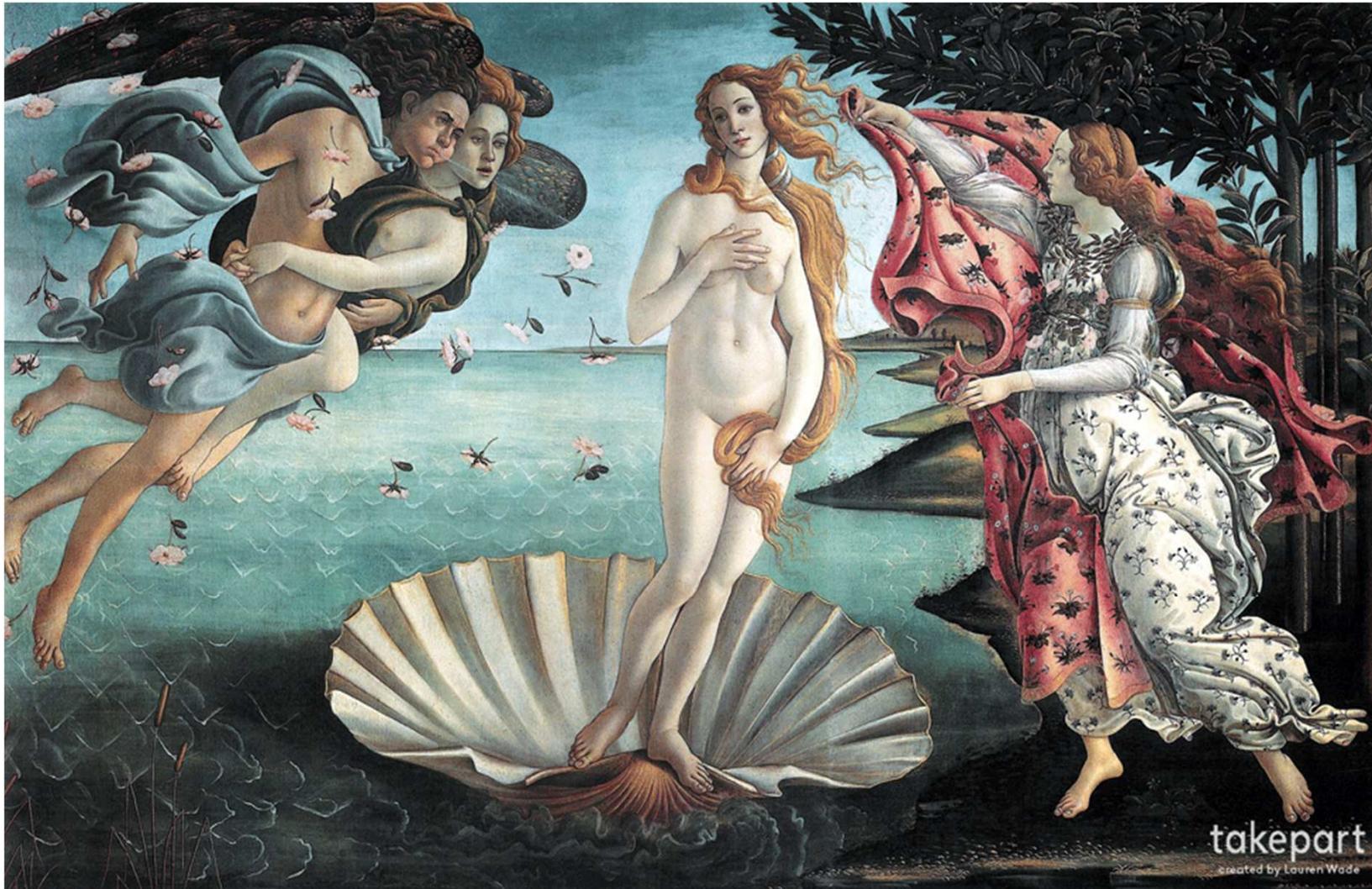


...chée en couverture du Vogue US de novembre. Dans cette photo : Kate Winslet



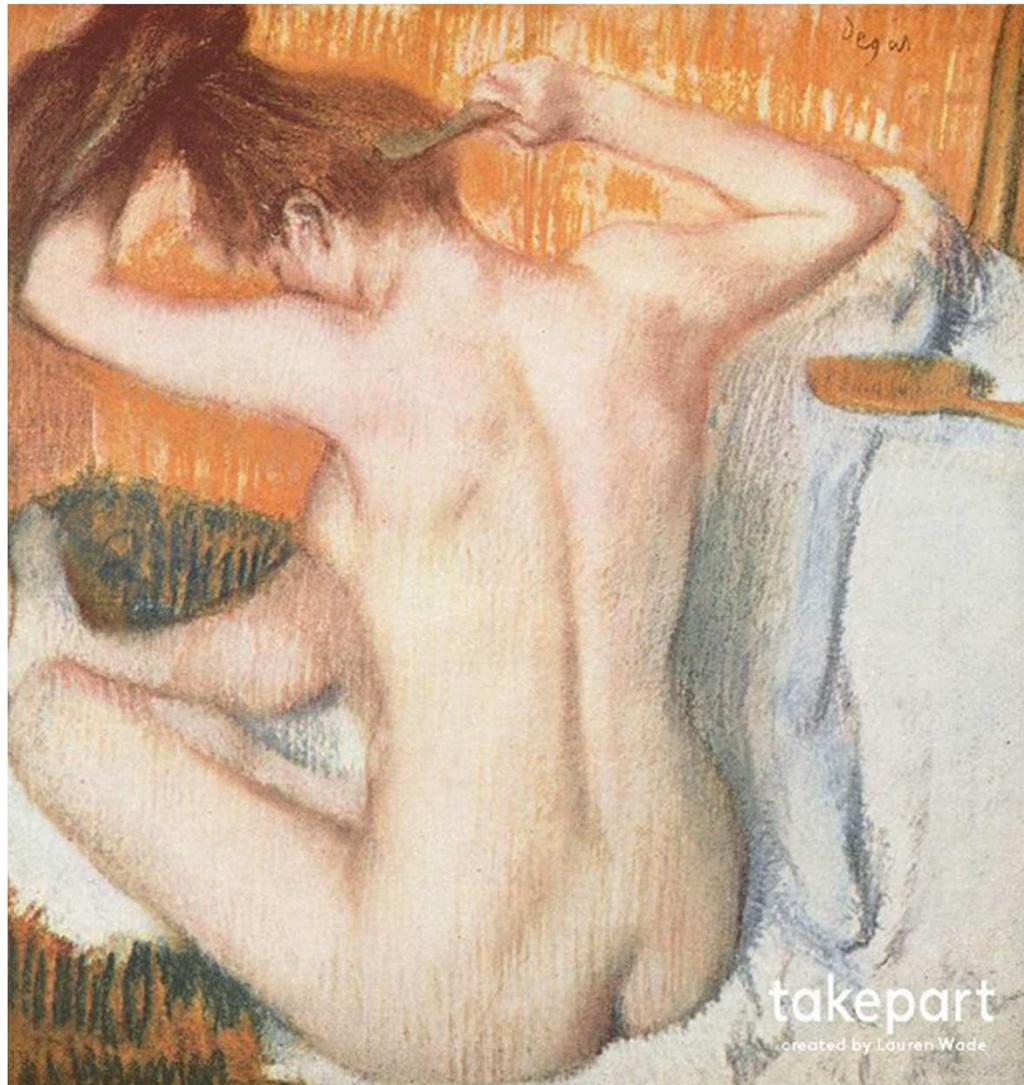


Sandro Botticelli, *Birth of Venus*, 1486





Edgar Degas, *La Toilette*, 1884–86





Ein reelles Problem!

- **Die Mehrheit der Frauen und Mädchen weist ein negatives Körperbild auf** (p. ex. Bearman, Presnell, Martinez et Stice, 2006; Levine et Smolak, 2002; Narring et al., 2004)
- **Jungen** werden immer unzufriedener mit ihrem Körper (Tiggemann, 2011)
- Kinder beginnen ab einem Alter **von 6 Jahren**, sich Sorgen um Figur und Gewicht zu machen.
- Ungefähr **30–50 % der 6- bis 12-jährigen** berichten, unzufrieden mit ihrem Aussehen zu sein (Ricciardelli & McCabe, 2001; Smolak, 2011).

In Forrester Ch. (2014)- noch nicht publiziert

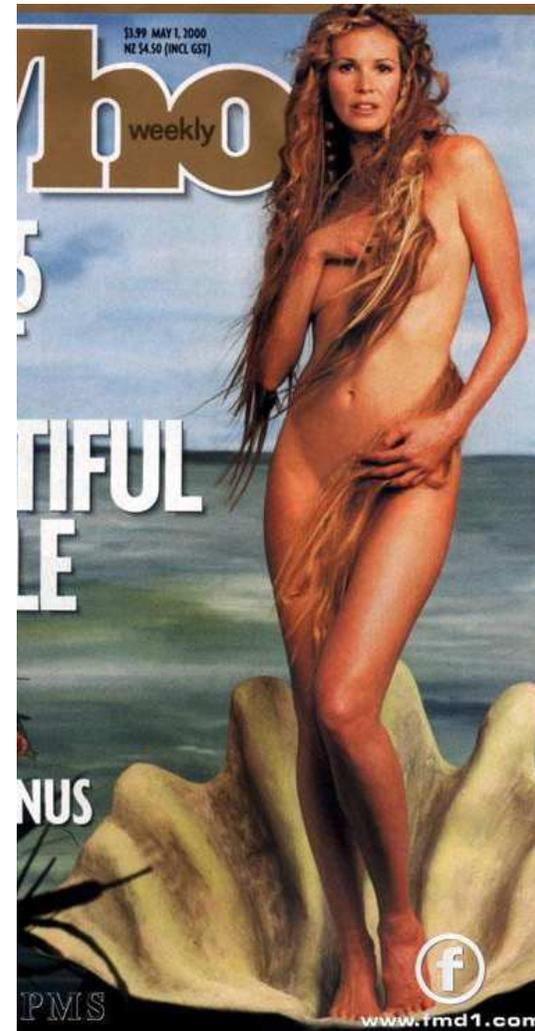
Das unsichtbare Korsett: die Dominanz gesundheitsschädigender Körnernormen



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

- Körpergröße eines Mannes
- Taille eines Kindes
- Gewicht einer Unterernährten

„Idealmasse 90-60-90“:
Von 10.000 Frauen haben
6 Frauen diese Masse,
also 0,06%



Auszug aus
einer
Präsentation
von Frau Mag
M. Langer,
Bern,
07.03.2013

1 Bekleidungsphysiologisches Institut Hohenstein e.V.: Ergebnis der DOB-Reihenmessung von 1994. e-Mail-Mitteilung von Simone Morlock, Abteilung Bekleidungstechnik vom 25. Februar 2010



Der Körper als Mittel zur sozialen Positionierung



Unsere Gesellschaft hat den Körper in ein Kapital verwandelt, in welches es sich lohnt zu investieren und damit auch seine soziale Position zu verbessern.



Wissenschaftliche Evidenz des Medieneinflusses: die Fiji-Studie (Harvard Medical School 1998)¹



Erstes Auftreten von Essstörungen nach Einführung von Satelliten-Fernsehen auf den entlegenen Fiji-Inseln.

¹ Becker A. et al., Eating behaviours and attitudes following prolonged exposure to television among ethnic Fijian adolescent girls. 2002. British Journal of Psychiatry, 180:480-2.



Körperbild

- Das Körperbild des Einzelnen entsteht nicht nur aufgrund der persönlichen Entwicklung sondern bildet sich immer aufgrund von **Wechselwirkungen zwischen dem Individuum und der Gesellschaft.**
- Die **subjektive, objektive und soziale Dimension** bilden ein Spannungsfeld, in dessen Mitte sich das Körperbild entwickelt.
- Man kann von einem **positiven, neutralen oder negativen Körperbild** reden.



Positives Körperbild

Nach Avalos et al. (2005) zeichnet sich ein positives Körperbild aus durch:

- Eine **positive Auffassung über den Körper**, unabhängig von der tatsächlichen physischen Erscheinung;
- **Akzeptanz des Körpers**, unabhängig von Gewicht, Körperform und Unvollkommenheiten;
- **Respekt dem Körper gegenüber** durch das Beachten der körperlichen Bedürfnisse und das Zeigen von gesunden Verhaltensweisen (beispielsweise ein gesundes Mass an Bewegung, gesundes Essverhalten, Körperpflege usw.);
- **Schützen des Körpers durch das Ablehnen von unrealistischen Körperidealen**, wie sie in den Medien dargestellt werden.

In Forrester (2014) noch nicht publiziert.



Eine fragile Entwicklungsphase: die Pubertät

Pubertät = Risikophase

- Der Körper **entwickelt und verändert** sich
- Auf **physischer und psychischer Ebene**: hormonelle Veränderungen, ein phasenweise psychisches Ungleichgewicht, Unsicherheiten in der Wahrnehmung des eigenen Körpers
- Auf **sozialer Ebene**: Jugendlichen suchen nach ihrer Rolle in der Gesellschaft – sie suchen Vorbilder
- Vergleichsprozesse, Idealbildung, **Peergroups, Freundeskreis sowie übrige Beziehungsstrukturen und die Familie** haben einen entscheidenden Einfluss in dieser Phase der Identitätsfindung.
- Suche nach **Zugehörigkeit, Bindung und Liebe**



Das biopsychosoziale Modell

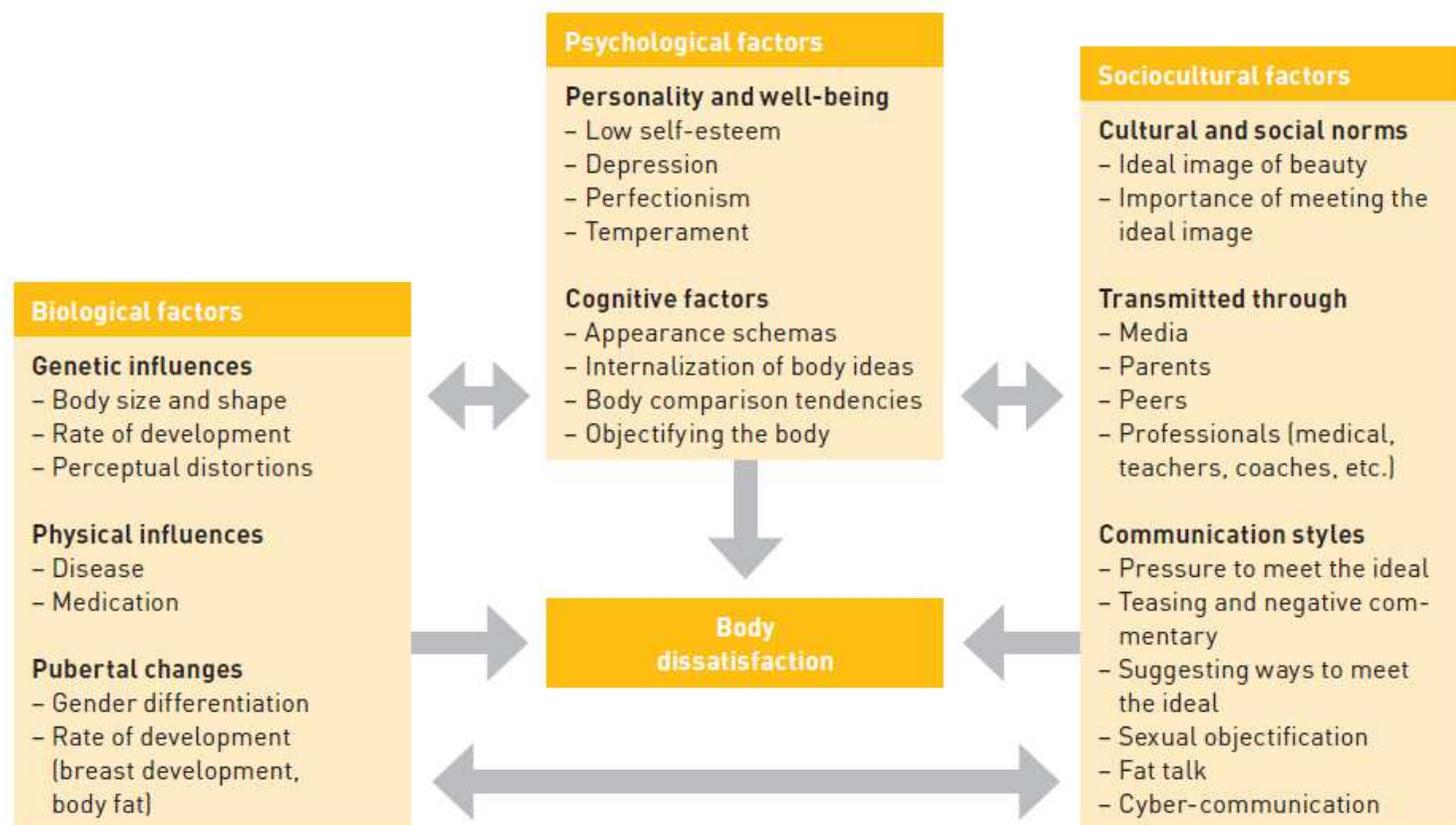


Illustration 3: «Integrated Model of putative factors related to development of body image in adolescent girls», EH Wertheim et SJ Paxton, *Body Image Development – Adolescent Girls*, Université de La Trobe, Melbourne, VIC, Australie, in: Thomas F. Cash, *Encyclopedia of Body Image and Appearance*, Elsevier, Volume 1, 2012, p. 189



Physische und biologische Faktoren

- Bestimmte **biologische Eigenschaften** können das Körperbild beeinflussen: Körperbau, Gesichtsform, Hautfarbe, Beschaffenheit von Haaren und Zähnen, usw.
- Auch **Krankheiten wie Akne oder Medikamente** können das äussere Erscheinungsbild beeinflussen.
- Änderungen in Zusammenhang mit der **Pubertät**.
- Treffen diese Faktoren **mit bestimmten soziokulturellen Einflüssen** zusammen, so werden sie Verhaltenstheorien zufolge zu Risikofaktoren.
- Bestimmte Körpereigenschaften **gelten als problematisch**, wenn den gesellschaftlichen Normen zufolge eine **Normabweichung** als unattraktiv gilt.



Soziokulturelle Einflüsse

- Botschaften in den **Medien** (Massenmedien aber auch interaktive soziale Netzwerke)
- **Spielzeuge**
- **Einfluss der Peers:** Wunsch, die Beliebtheit bei den Peers des eigenen Geschlechts oder des anderen Geschlechts zu erhöhen, Hänseleien, usw.
- **Einfluss von Eltern und Angehörigen**
- Einfluss von Lehrern sowie weiteren **Fachkräften** wie zum Beispiel dem Hausarzt (oder auch die Nachbarn)



Kognitive und individuelle Faktoren

Individuelle Merkmale können Jugendliche anfälliger für die gesellschaftlichen Botschaften machen. Dazu gehören u.a.:

- Persönlichkeit des Einzelnen
- Das eigene Temperament
- ein geringes Selbstwertgefühl
- ein depressiver Charakter
- Der Hang zu Perfektionismus
- Verinnerlichung gesellschaftlicher Ideale
- Hohe Tendenz seinen eigenen Körper mit dem Körper der anderen zu vergleichen
- Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper



Die Auswirkungen eines negativen Körperbildes

Die Auswirkungen eines negativen Körperbildes sind vielfältig.

Einige Beispiele:

- Diäten und schlechte Ernährungsgewohnheiten
- Essstörungen
- Depression, Suizidgedanken
- Geringes Selbstwertgefühl

(Neumark-Sztainer *et al.*, 2009; Paxton *et al.*, 2006; Stice 2002; Stice & Bearman, 2001; Tiggemann *et al.*, 2005)



Handlungsbedarf ist vorhanden

- Längsschnittstudien mit Jugendlichen haben gezeigt, dass das Körperbild über die Zeit hinweg **relativ stabil** ist (Wertheim & Paxton, 2011), was darauf hinweist, dass ein negatives Körperbild **über längere Zeit bestehen bleiben kann.**
- Dies spricht für die Notwendigkeit, **Präventionsprogramme und Frühinterventionen** in dieser Entwicklungsphase anzusetzen, in der die Probleme entstehen.

In Forrester (2014)- noch nicht publiziert

Prioritäten für Gesundheitsförderung Schweiz



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

- Ein gesundes Körperbild ist nicht einfach ein Body Mass index (BMI) im Bereich des Normalgewichts. Es ist auch **ein gesundes Verhältnis zum eigenen Körper.**
- Es ist zwingend, **eine gesunde Haltung gegenüber seinem Körper** zu entwickeln, damit die Massnahmen für mehr Bewegung und eine gesunde Ernährung bei den Kindern und Jugendlichen langfristig greifen.
- Wir wollen **die Kinder und Jugendlichen unterstützen**, ein gesundes Körperbild zu entwickeln und **die Bevölkerung auf die Thematik sensibilisieren** (Healthy Body Image – HBI).



Zielgruppen

- Gesundheitsförderung Schweiz konzentriert sich in einem ersten Schritt auf die **Zielgruppe der Jugendlichen**
- Künftig wäre es wichtig, bereits in der **frühen Kindheit** zu sensibilisieren und **alle Altersgruppen** zu berücksichtigen.
- Es ist zudem unerlässlich, dass auch die **Erwachsenen** unterstützt werden, ein gesundes Körperbild zu entwickeln und zu festigen. Zudem ist es essentiell, dass sich die Erwachsenen **bewusst machen, welche Botschaften sie transportieren.**



Massnahmen

Im Allgemeinen:

- Die unterschiedlichen Werte und Idealvorstellungen dürfen nicht ignoriert werden. Es braucht jedoch eine **kritische Betrachtung dieser Werte und Idealvorstellungen**
- Die Jungen müssen ermutigt werden, **eine gesunde Distanz** gegenüber diesen Idealvorstellungen und moralisierenden Botschaften, die ihnen aufgezwungen werden, zu entwickeln
- Fördern der **Körpervielfalt**
- **Spezifische Massnahmen je nach Zielgruppe** – passendes Vokabular
- Multiplikation von **erprobten und wirksamen Massnahmen**



Massnahmen

Innerhalb der Interventionen:

- Zulassen und fördern von **offenen und freien Diskussionen** zum Thema
- Das **Bewusstsein** für die Thematik und die eigene Körperlichkeit wecken
- Den **Erwerb eines kritischen Blicks auf ökonomische Marketing-Strategien und die Werbung** begünstigen
- **Die Wachsamkeit und das Wohlwollen** gegenüber dem eigenen Körper anregen
- Das Bewusstsein gegenüber dem eigenen Körper stärken **und Übungen zur Körperwahrnehmung** fördern – über alle Sinne (in Verbindung mit den Gefühlen und dem Denken)



Massnahmen

- Der gesunde Umgang mit dem Körper soll in der Natur aber auch über den Zugang der Kunst und Kultur gestärkt werden



Massnahmen

Kanäle, um die Jungen zu erreichen:

- In ihrem Umfeld
- Direkt (über Feste, Ereignisse, Sportklubs, Schule, Freizeit, auf der Strasse u.s.w.)
- Virtuelle Kanäle: soziale Netzwerke, Webseiten...
- Die Jugendlichen über den Einsatz von MultiplikatorInnen sensibilisieren (zum Beispiel Eltern, Lehrpersonen, ErzieherInnen und andere Schlüsselpersonen).



Sensibilisierung via öffentliche Meinung

- Einfache, konkrete und positive Botschaften
- **Korrigieren von täuschenden oder falschen Informationen**, welche von den Medien und von der Industrie transportiert werden
- **Einsetzen von authentischen und realistischen Körperbildern**, sich gegen unerreichbare Schönheitsideale einsetzen
- Über **Story-Telling** sensibilisieren (Betroffene zu Wort kommen lassen)



Art der Botschaften

In der wissenschaftlichen Literatur findet man folgende Empfehlungen, welche Botschaften für die jungen Mädchen die aussagekräftigsten, glaubwürdigsten und wirksamsten sind:

Media images are not real

The ideal body shape changes throughout history and between cultures

Don't fall into the comparison trap

Source : Durkin Sarah J., Paxton Susan J., Wertheim Eleanor H. How do adolescent girls evaluate body dissatisfaction prevention messages? J Adolesc Health. [Research Support, Non-U.S. Gov't]. 2005 Nov;37(5):Table 1, p.383



Beispiele von bestehenden Projekten

Québec

- **Programme «*Bien dans sa tête, bien dans sa peau*»**

www.equilibre.ca

Cf. p.ex. La trousse d'intervention pour les intervenants dans un milieu jeunesse

<http://equilibre.ca.heb5d.sogetel.net/programmes-et-ateliers/bien-dans-sa-tete-bien-dans-sa-peau/trousse-d-intervention/>

<http://equilibre.ca.heb5d.sogetel.net/uploads/publication/8-equilibre-depliantbarbie-2014-fr-v3.pdf>

- **Projet «*Derrière le miroir*»** www.derrierelemiroir.ca

- **Charte québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée** : <http://www.jesigneenligne.com/fr/>

Charte québécoise für ein gesundes und vielfältiges Körperbild



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

■ Lancée en 2009 par le gouvernement du Québec

Idée de départ: pétition contre l'image de minceur extrême et les pressions sociales pour se conformer à cette image, lancée par deux jeunes, Léa Clermont-Dion et Jacinthe Veillette, qui ont souffert d'anorexie à l'adolescence, La ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, Christine St-Pierre

■ Campagne lancée dernièrement « afin de rallier tout le Québec à la lutte pour une saine évolution des mentalités en matière de diversité corporelle »

<http://www.jesigneenligne.com/fr/>



Beispiele von bestehenden Projekten

Österreich

- **«Schulische Prävention von Essstörungen» We like everyBODY:** <http://www.wien.gv.at/gesundheit/beratung-vorsorge/schulwettbewerb/>; www.frauengesundheit-wien.at
- **national :** www.s-o-ess.at



Bespiele von bestehenden Projekten

Schweiz:

- **Body Talk und Papperla PEP** www.pepinfo.ch

Film Body Talk

- <http://gesundheitsfoerderung.ch/public-health/ernaehrung-und-bewegung-bei-kindern-und-jugendlichen/projekte/jugendliche-17-bis-20-jahre.html>



Internationale Beispiele

G!rlpower

- <http://www.fb.se/#work/flicka/retouch>
- <http://museum.fb.se/girlpower/section0/index.html>

Dove Evolution- Dove Patches-Dove Real Beauty Sketches

- <http://www.youtube.com/watch?v=XpaOjMXyJGk>



Schlüsselbotschaften für ein gesundes Körperbild

- ***Die Akzeptanz der Vielfalt von Körperbildern fördern***
- ***Das Bewusstsein für die Einheit von Körper und Psyche fördern***
- ***Die Balance zwischen Leistung und Musse fördern***
- ***Eine bewusste Körperwahrnehmung über alle Sinne fördern***
- ***Einen gesunden Lebensstil im Umgang mit dem eigenen Körper fördern***



Aktivitäten 2014-2015 bei GFCH

- Mandat an PEP zur Erarbeitung eines Weiterbildungsmoduls für Multiplikatoren der KAP (mit externer Evaluation) und zur Zusammenstellung der bestehenden Materialien geordnet nach Altersgruppen
- Mandat an Frau Forrester-Knauss (Uni Bern), um das Arbeitspapier Nr. 3 zu vervollständigen: Stärkung der Ressourcen für ein gesundes Körperbild
- Mandat an die ZHAW für eine quantitative Befragung der Jugendlichen selber
- Auftrag an die Uni Freiburg für eine Studie zur Wirkung von Castingshows auf das Körperbild von Mädchen zwischen 16 und 18 Jahren



Aktivitäten 2014-2015 bei GFCH

- Uni Genf: Recherche zu internationalen Best Practice Projekten (einschliesslich Evaluationen) und Recherche von Kommunikations- und Policy-Massnahmen
- Teilnahme an der europäischen Aktion COST
« Appearance matters »
http://www.cost.eu/domains_actions/isch/Actions/IS1210
- Webseite www.gfch.ch
- Organisation des HBI-Forums: **30. April 2015**
- Weitere Aktivitäten im Bereich «Sensibilisierung der öffentlichen Meinung» werden entwickelt



Be yourself, be unique



Tonight is the **event** 'be beautiful, be you' and that's a great message! Embrace yourself, your body, your personality, be yourself, be unique! That will be my message to you all!



FRAGEN/DISKUSSION

- Ist das Thema für mich/meinen Kanton relevant?
- Wie könnte ich das Thema HBI in meinem Programm/
meinem Projekt / meinen Aktivitäten integrieren?
- Was nehme ich aus diesem Workshop mit?



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Zusammenfassung: Massnahmen gegen Körpernormierung



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

DRUCK VERMINDERN und VIELFALT ZEIGEN

Medien / Werbung / Marketing / Journalismus

- Vielfalt statt Körpernormierung
 - Mehr körperliche Vielfalt in den Medien
 - Keine Körperverspottung
 - Keine Diättempfehlungen
 - Keine digital bearbeiteten Bilder
- Schulung von Werbern, MarketingexpertInnen, JournalistInnen, BildredakteurInnen und FotografInnen zu den gesundheitsschädigenden Auswirkungen von „mageren“ Bildern und Botschaften

Wirtschaft und Industrie

- Mut zu vielfältigen Körperbildern in der eigenen Werbung
- Weg von ungesunder Körpernormierung
- Kein Abwälzen der Verantwortung fürs Gewicht auf einzelne KonsumentIn

Zusammenfassung: Massnahmen gegen Körpernormierung



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

DRUCK VERMINDERN und VIELFALT ZEIGEN

Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen

- Kennzeichnung von retuschierten Bildern (Australien: freiwillige Selbstverpflichtung, Israel: Gesetz, Österreich: Bildretuschebarometer in Arbeit)
- Aktionen der Politik (z.B. Grossbritannien “Body Confidence” – abgesetzte L`Oreal-Werbung)
- Einschränkung von sexistischer Werbung (“Frauen als Objekte”)
- Einschränkung von medial verbreiteten ungesunden Schönheits- und Schlankheitsidealen
- Gesetzliche Einschränkung von Schönheitsoperationen (Altersbeschränkungen, Qualitätskriterien und -kontrolle,...)

Zusammenfassung: Massnahmen gegen Körpernormierung



Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

DRUCK VERMINDERN und VIELFALT ZEIGEN

Public-Health-Bereich

Immer bedenken:

- **Hinweise zur Gewichtsreduktion** sind im Bevölkerungssegment **figurbewusster Frauen kontraindiziert** (d.h. im Einzelfall können Empfehlungen schädlich sein)
- Hinweise auf soziale Ungleichheit produzieren und verstärken **Stigmatisierungen und soziale Ausschlüsse**



➔ Zusammenarbeit von Essstörungs-, Adipositas-, Ernährungs- und Public-Health-ExpertInnen