

Abstract:

Mediennutzung und Schönheitshandeln

Ender Ceylan

Jürgen Lösger

Miles Lindsay

Jennifer Kaczynska

Nathalia Frank

Betreuer: Dipl.-Soz. Johannes Krause

Der vorliegende Beitrag verbindet einen vergleichsweise jungen Forschungsbereich der Sozialwissenschaften, die Körpersoziologie, mit dem Mediennutzungsverhalten. Hierzu wird die Disposition zu Schönheitshandlungen (reversiblen wie auch irreversiblen) als erklärende Variable der Nutzung solcher Medienformate untersucht, die den inhaltlichen Fokus auf Schönheit im Allgemeinen oder speziellen Schönheitshandlungen (z.B. Diäten) legen. Daher wird zunächst der u.a. sozialisationsbedingte Geschlechterunterschied des eigenen Körperbildes theoretisch hergeleitet, um in Anschluss daran das Mediennutzungsverhalten vor dem Hintergrund des Uses-and-Gratification Approach zu diskutieren.

Der für diese Analyse verwandte Onlinedatensatz ist nicht repräsentativ (n= 1097). Die quantitative Sekundärdatenanalyse der aufgestellten Hypothesen erfolgte mithilfe einer binären logistischen Regressionsanalyse der vorliegenden Daten. Verschiedene Schönheitshandlungen wurden hinsichtlich ihres potentiellen Einflusses auf die Chance des Konsums einer Auswahl von schönheitszentrierten Fernsehformaten untersucht, die Auswahl der Handlungen und Formate erfolgte theoriegeleitet. Zentrale Ergebnisse der Forschungsarbeit sind dabei u.a., dass Frauen mehr Formate rezipieren, die Schönheitshandlungen in den Mittelpunkt stellen, als dies Männer tun. Des Weiteren konnte nachgewiesen werden, dass sich der Zusammenhang zwischen Schönheitshandlungen und dem Medienkonsum besonders dann als signifikant zeigt, wenn das Format die jeweilige Schönheitshandlung explizit in den Vordergrund rückt. So erhöht etwa die eigene (aktuelle oder vergangene) Diät den die Chance des Konsums von "The Biggest Loser" oder „Extrem Schwer – Mein Weg in ein neues Leben“, während vergangene getätigte Schönheitsoperationen signifikant mit der Chance des Konsums des Formats „Extrem Schön!“ zusammenhängen.