



INSTAGRAM

Materialsammlung

Impressum



Herausgeber und Bezugsadresse

Landesmedienzentrum Baden-Württemberg
Vertreten durch Direktor Wolfgang Kraft
Rotenbergstraße 111, 70190 Stuttgart
Telefon: +49 (0)711 2850-6
Fax: +49 (0)711 2850 780
E-Mail: beratungsstelle@lmz-bw.de

Autor/inn/en

Material 1

- Maria Dane

Übersicht, Material 2,3,4

- Jennifer Madelmond

Leitfaden

- Alexa Karg, Andrea Zeisberg

Material 5 – Klicksafe

- Stefanie Rack (klicksafe)
- Fabian Sauer (Handysektor, mecodia)

Material 6 – Klicksafe

- Birgit Kimmel und Stefanie Rack – klicksafe
- Constantin Schnell und Franziska Hahn – Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ)
- Johann Hartl – pro familia Landesverband Bayern e.V.

Material 7 – Klicksafe

- Prof. Dr. Petra Grimm, Karla Neef, Michael Waltinger - Institut für Digitale Ethik (IDE) / Hochschule der Medien (HdM)
- Birgit Kimmel und Stefanie Rack – klicksafe

Redaktionelle Bearbeitung, Lektorat und

Korrekturen

Fabian Karg

Stuttgart, Februar 2019

Das Material steht unter einer CC BY-NC-SA 4.0 Lizenz. Sämtliche Rechte an dieser Publikation liegen beim Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ). Nichtkommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist erlaubt unter Angabe des Herausgebers LMZ Baden-Württemberg und der Website des www.lmz-bw.de.

Ausgenommen sind die zusätzlichen Materialien von Klicksafe, die mit freundlicher Genehmigung übernommen werden durften. Die jeweiligen Lizenzen dieser Materialien sind auf den Deckblättern zu finden.

Die Bildquellen der Unterrichtsmodule sind im jeweiligen Quellenverzeichnis aufgeführt.

Die verwendeten Icons sind einem NounPro Account entnommen und bedürfen keiner weiteren Kennzeichnung. <https://thenounproject.com>

Inhaltsverzeichnis



-
- 1 Einleitung – S.4
 - 2 Fakten zum beliebten sozialen Netzwerk – S.5
 - 3 Videos – *Sophie erklärt Instagram* – S.7
 - 4 Unterrichtsmodul 1 – *Klassen 3/4* – S.8
 - 5 Unterrichtsmodul 2 – *Klassen 5/6* – S.60
 - 6 Unterrichtsmodul 3 – *Klassen 7-10* – S.89
 - 7 Unterrichtsmodul 4 – *Klassen 7-10* – S.113
 - 8 Leitfaden für Workshops – S.155
 - 9 zusätzliche Materialien 1
Selbstdarstellung - Klicksafe – S.161
 - 10 zusätzliche Materialien 2
Schönheitsideale - Klicksafe – S.189
 - 11 zusätzliche Materialien 3
Mediale Frauen- und Männerbilder - Klicksafe – S.217

Me, myself and I

Herzlich Willkommen in der Welt der Selbstdarstellung - heute: Instagram!

Social Media Angebote gehören längst zu alltäglichen Kommunikationswegen für Kinder und Jugendliche. Vor allem die Anwendung *Instagram* erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Laut der aktuellen JIM-Studie 2018 ist diese, nach WhatsApp (87 %), die beliebteste App der Jugendlichen (48 %), wobei Mädchen die App stärker nutzen als Jungs (Mädchen: 60 %, Jungen: 37 %).



Die meisten Jugendlichen nutzen Instagram passiv und folgen Leuten, die sie persönlich kennen (93 % häufig oder gelegentlich), wobei selten die Fotos und Videos der anderen kommentiert werden. Neben den eigenen Freunden folgen die Jugendlichen an zweiter Stelle Menschen, die etwas zu einem bestimmten Thema wie Fitness, Beauty oder Reisen posten. An dritter Stelle stehen die Accounts ihrer Stars und an vierter Stelle sogenannte Internet-Stars.¹

Bei der Nutzung von Instagram geht es nicht allein um den Austausch mit Freunden, sondern vor allem auch um Sehen und Gesehen werden und darum, sich von anderen inspirieren zu lassen. Die bildbasierte Social Media Plattform lebt von dem visuellen Content, den die User Tag für Tag in Form von Bildern oder kurzen Videos über sich und ihr Leben posten.



Sich selbst in verschiedenen Rollen auszuprobieren, anhand der Rückmeldung anderer zu reflektieren und so die eigene Identität zu entwickeln, gehört zum Prozess des Erwachsenwerdens. Doch die Selbstdarstellung kann auch zum Problem werden, wenn man unrealistischen Vorbildern nacheifert, fragliche Rollenbilder unreflektiert übernimmt und der soziale Druck so groß wird, dass nichts Anderes mehr zählt, als das nächste noch bessere Selfie.

Die 2017 in Großbritannien durch die Royal Society of Public Health in Zusammenarbeit mit der Young Health Movement Organisation durchgeführte Studie #StatusOfMind ergab, dass Instagram im Vergleich zu anderen Apps das Wohlbefinden und die psychische Verfassung der befragten, jugendlichen Nutzer am meisten beeinträchtigt. Äußern kann sich dies beispielsweise in einer Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper, zunehmender Nervosität und der Angst, etwas zu verpassen.²

Bezüglich des pädagogischen Jugendmedienschutzes sollte unter anderem ein besonderes Augenmerk auf die Stärkung der Eigenwahrnehmung der Jugendlichen und die Anregung zu einem reflektierten Umgang mit Social Media Vorbildern und Schönheitsidealen gelegt werden.

In der vorliegenden Materialsammlung finden Sie eine Übersicht mit den **wichtigsten Fakten** zu Instagram, einen **Link zur neuen Videoreihe** des Kindermedienlandes, diverse **Unterrichtsmodule**, einen **Leitfaden zur Durchführung von Workshops** und dazu passende **Materialien der Initiative Klicksafe**.

Bearbeitbare Fassungen der Unterrichtsmodule finden Sie darüber hinaus in unserer Mediathek:

<https://sesam.lmz-bw.de/>

LMZ, Stuttgart, Februar 2019

¹ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2018, S. 38f. - https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf

² Royal Society of Public Health / Young Health Movement Organization: #StatusOfMind. Social media and young people's mental health and wellbeing. 2017 - <https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>

INSTAGRAM

Fakten zum beliebten sozialen Netzwerk



Was ist das und wie funktioniert es?

Instagram ist eine kostenlose Anwendung (App), mit der der Nutzer Bild- und Videonachrichten erstellen, bearbeiten und über das Netzwerk veröffentlichen kann. Neben einfachen Beiträgen können außerdem Stories erstellt werden, wobei die geposteten Inhalte nach 24 Stunden wieder verschwinden. Der Nutzer kann zudem andere Personen, Stars und Influencer abonnieren und dadurch deren veröffentlichte Beiträge einsehen.

Wie ist es aufgebaut?

Wem gehört Instagram?

Instagram wurde 2012 von Facebook aufgekauft und ist seitdem Teil des Facebook-Konzerns.

Was sind die Besonderheiten?

Besonderes Markenzeichen von Instagram sind die Filter und *Vintage*-Effekte, mit denen der Nutzer die quadratischen Fotos und erstellten Videos bearbeiten und verfremden kann.

Wie viele Menschen nutzen Instagram?

Zahlen aus dem Monat Juni 2018 gehen weltweit von 1 Milliarde Nutzern aus.

Profilsicht einer Nutzerin auf Instagram

The screenshot shows a user profile with 69 posts, 1,243 followers, and 517 accounts followed. It includes a bio, location (Germany), a grid of posts, and a grid of photos from followed users. Callout boxes point to various features:

- Anzeige der geposteten Beiträge
- Profilbild der Nutzerin
- Profilbeschreibung der Nutzerin
- Storyhighlights im Profil setzen
- Darstellung der Beiträge: 1 Bild pro Reihe
- 3 Bilder pro Reihe
- Pinnwand mit Bildern aller abonnierten Personen
- Personen suchen / Vorschläge erhalten
- Anzahl der Abonnenten, die der Nutzerin folgen
- Anzahl der Personen, die die Nutzerin abonniert hat
- Button, um Nutzerin zu abonnieren
- Wohnort mit Wegbeschreibung kann hier abgerufen werden
- Bilder, auf denen die Nutzerin markiert wurde
- Liste der persönlichen Aktivitäten (Likes, Kommentare, Markierungen...)
- Eigene Beiträge posten

Warum ist es so beliebt?

- Mit einem Klick erhalten die eigenen Fotos und Videos einen ganz besonderen Touch (*Filter*)
- Mit der App kann der Nutzer schnell und unkompliziert Eindrücke aus seinem Leben teilen (*Selbstdarstellung*)
- Einfaches und *lockeres* Vernetzen mit anderen Usern
- Klare und einfache Nutzungsweise der App



Instagram – Fakten zum beliebten sozialen Netzwerk – Landesmedienzentrum Baden-Württemberg - SESAM / Jennifer Madelmond / unter CC BY-NC-SA 4.0 International - <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

INSTAGRAM

Fakten zum beliebten sozialen Netzwerk



Mindestalter

13 Jahre



Werbung

Personalisierte Werbung wird zwischen den einzelnen Beiträgen gezeigt, ebenso wie Werbung durch Influencer in Foto- und Videobeiträgen.



Persönliche Angaben

Bei der Einrichtung eines Kontos müssen Angaben zu E-Mail-Adresse oder Telefonnummer, Name und ein Geburtsdatum angegeben werden. Alternativ kann sich der Nutzer mithilfe seines Facebook-Kontos anmelden.



Datenschutz & Bildrechte

- Bevor ein Bild hochgeladen wird, ist es wichtig auf Urheber- und Persönlichkeitsrechte zu achten (<https://bit.ly/2Mt4j4P>)
- Instagram nutzt die persönlichen Daten für Werbezwecke
- Die Foto-Community gehört zu Facebook und gibt entsprechend Informationen zur Nutzung an Facebook weiter
- Bei einem Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen von Instagram kann der persönliche Account gesperrt oder gelöscht werden



Kosten auf Instagram

App ist kostenfrei



Account löschen

Das Konto kann nicht direkt über die App gelöscht werden, sondern funktioniert über einen Internetbrowser. Hierzu muss die Seite www.facebook.com/help/instagram besucht und in der Suchleiste *Konto löschen* eingegeben werden. Im Beitrag zur Kontolöschung werden Sie schließlich auf die entsprechende Seite zum dauerhaften Entfernen des Kontos weitergeleitet.



Privatsphäre schützen

- Anlegen eines *Privaten Kontos*: Alle eingehenden Abonnement-Anfragen müssen zuerst bestätigt werden und erhalten nur dann Einblick auf gepostete Beiträge



Problematische Aspekte & Gefahren

- Vermittlung eines ungesunden Körperbilds/Schönheitsideals für Jugendliche
- Metadaten werden für Werbezwecke genutzt
- Nutzungsweise des Dienstes wird mit Facebook geteilt und ausgewertet
- Cybermobbing
- Problematische Inhalte und unangemessene Bilder können über die Optionen unter dem Reiter *Hilfe* gemeldet werden



Instagram - Fakten zum beliebten sozialen Netzwerk - Landesmedienzentrum Baden-Württemberg - SESAM / Jennifer Madelmond / unter CC BY-NC-SA 4.0 International - <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

Sophie erklärt Instagram – Videoreihe des Kindermedienlandes

zum Einsatz in Workshops, Fortbildungen oder auch im Unterricht



Ab Anfang März 2019 zu finden unter:

A YouTube channel banner for 'KindermedienlandBW'. It features the channel's logo on the left, which consists of the words 'KINDER MEDIEN LAND' in colorful letters and 'Baden-Württemberg' below. To the right of the logo, the channel name 'KindermedienlandBW' and '112 Abonnenten' are displayed. Below this, there are navigation tabs: 'ÜBERSICHT' (highlighted), 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'KANÄLE', and 'DISKUSSION'. On the far right, there is a QR code.

KindermedienlandBW
112 Abonnenten

ÜBERSICHT VIDEOS PLAYLISTS KANÄLE DISKUSSION

<https://www.youtube.com/user/KindermedienlandBW>

Unterrichtsmodul 1 – Klassen 3/4

Modulbeschreibung OER-Unterrichtsmodul *Schönheitsideale und ihre Wirkung*

OER Logo: Markus Büsges (emaria) Design für Wikimedia Deutschland. Unter Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International zu finden unter https://commons.wikimedia.org/wiki/File:OER_Logo_Open_Educational_Resources.png



UNTERRICHTSMODUL

Schönheitsideale und ihre Wirkung



<https://www.pexels.com/photo/woman-girl-fat-fitness-42069/> - CC0



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons BY-SA 4.0 International Lizenz, d. h. die Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle Landesmedienzentrum Baden-Württemberg, der Webseite www.lmz-bw.de und der Angabe des Autors bzw. der Autorin des Unterrichtsmodules erlaubt. Sollen über die genannte Lizenz hinausgehende Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabspachen mit dem Landesmedienzentrum getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an beratungsstelle@lmz-bw.de.

UNTERRICHTSMODUL

Schönheitsideale und ihre Wirkung



<https://www.pexels.com/photo/woman-girl-fat-fitness-42069/> - CC0

Autor/-in

Maria Dane

Zielgruppe/Umfang

Schulart: Grundschule

Fach: Sachunterricht / Deutsch / Religion

Klassenstufe: 3/4

Zeitungsumfang: 8 Unterrichtsstunden

Medien- und Materialbedarf

FWU – Schule und Unterricht; DVD 46 02401
„Wa(h)re Schönheit“

Kurzbeschreibung

Der Alltag heutiger Kinder und Jugendlicher ist geprägt von einer Omnipräsenz medialer Darstellungen von Schönheit. Das gegenwärtige Schönheitsideal kennzeichnet dabei vor allem eins: computergenerierte Makellosigkeit.

Durch die Beschäftigung mit Schönheitsvorstellungen kann das Gegenwartsphänomen „künstliche Schönheit in den Medien“ von den Schülerinnen und Schülern kritisch hinterfragt werden. Gerade auch über die Betrachtung der Andersartigkeit früherer Schönheitsideale bietet es sich an, mit den SuS zu erarbeiten, dass Schönheitsvorstellungen von gesellschaftlichen Entwicklungen und dem jeweiligen Zeitgeist geprägt *und somit veränderbar* sind.

Innerhalb dieser Unterrichtseinheit wird bei den Grundschulern ein kritischer, analytischer Blick hinsichtlich des bestehenden medialen Schönheitsideals angebahnt und entwickelt.

CC-Lizenz

CC BY-SA 4.0

Bildungsplanbezug mit Quellenangabe

Sachunterricht:

(http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG ; Zugriff am 10.01.2019)

„Leitperspektiven: Medienbildung (MB)

Im Sachunterricht ist die Medienbildung integrativ verankert. Die Reflexion eigener Medienerfahrungen und der bewusste Umgang mit vielfältigen Medien in der Schule unterstützen eine reflektierte und verantwortungsbewusste Auswahl und Nutzung von Medien.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_LG

„3.2.1.1 **Leben in Gemeinschaft:** Die Schülerinnen und Schüler entwickeln ihr positives Selbstkonzept weiter und stärken die eigene Persönlichkeit.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_IK_3-4_01_01

„3.2.1.2: **Arbeit und Konsum:** [...] Die Schülerinnen und Schüler reflektieren eigene Medienerfahrungen und die anderer in Bezug auf Gebrauch, Konsum und Wirkung. Zunehmend wird dabei eine kritische Reflexion angebahnt. Sie analysieren Konsumbedürfnisse und Faktoren, die das Konsumverhalten beeinflussen.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_IK_3-4_01_02

„3.2.1.2 **Arbeit und Konsum:** Die Schülerinnen und Schüler können...

- eigene Medienerfahrungen und die anderer sowie Medienangebote des Alltags vergleichen und reflektieren.
- Chancen und Risiken [...] digitaler Medien erkennen und beachten.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_IK_3-4_01_0

„3.2.1.4 **Politik und Zeitgeschehen:** Die Schülerinnen und Schüler können sich entwicklungsangemessen mit aktuellem Zeitgeschehen auseinandersetzen.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_IK_3-4_01_04

„3.2.2.1: **Körper und Gesundheit:** Die Schülerinnen und Schüler können Geschlechterzuschreibungen und Klischees in Alltag und Medien hinterfragen.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_IK_3-4_02_01

„3.2.5.1 **Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft:** Die Schülerinnen und Schüler können ausgewählte Erfindungen, deren Entwicklung und die Auswirkung auf die Lebenswelt beschreiben und mit Blick auf die Zukunft reflektieren.“

http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite/BP2016BW_ALLG/BP2016BW_ALLG_GS_SU_IK_3-4_05_01

Medienbildungsschwerpunkte

Information und Wissen

Kommunikation und Kooperation

Produktion und Präsentation

Mediengesellschaft und Medienanalyse
(beinhaltet auch **Jugendmedienschutz und Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz**)

Informationstechnische Grundlagen

Teilkompetenzen

Schülerinnen und Schüler können...

- Schönheitsideale als prozesshafte sowie veränderbare Phänomene begreifen;
- historische Idealvorstellungen mit gegenwärtigen vergleichen und die Unterschiede benennen;
- die mediale Bildbearbeitung von Schönheit kritisch betrachten;
- die Wirkung und den Einfluss des medial vermittelten Schönheitsideals beschreiben und beurteilen;
- das erworbene Wissen für die eigene Lebensgestaltung nutzen.

Unterrichtsverlauf zu „Schönheitsideale und ihr Einfluss – Unterrichtsmodul 1“, 8 Stunden, Klasse 3/4, Sachunterricht, Grundschule Bildungsplanbezug: Bildungsplan 2016			
Zeitraumen: 1. + 2. Std.	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
20 min	Zu Stundenbeginn verteilt die Lehrperson Klebezettel. Dann stellt sie die Impulsfrage: „ <i>Was findet ihr an Menschen schön?</i> “ SuS bekommen 5 Minuten Zeit und notieren ihre Einfälle auf den Zetteln. Anschließend wird ein Sitzhalbkreis vor der Tafel gebildet. Die Klebezettel werden von den SuS selbst vorgelesen und dann an der Tafel inhaltlich sortiert. Im Unterrichtsgespräch können die SuS ihre Äußerungen näher begründen.	Unterrichtsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> • Klebezettel (Post-Its)
35 min	L. erklärt SuS, dass sie eine Schnellhefter-Klammer erhalten, in die sie das Arbeitsmaterial der nächsten Stunde einordnen und so dokumentieren, was gemeinsam erarbeitet und herausgefunden wird. Dann gibt L. den Arbeitsauftrag: <i>Die SuS gestalten jeder für sich eine Collage aus Zeitschriftenbildern. Das Arbeitsmaterial befindet sich an Gruppentischen, so dass mehreren Kindern verschiedene Magazine gleichzeitig zugänglich sind und das Material getauscht werden kann. (Bewusst fertigt jeder SuS eine eigene Collage an, da sie sich so auf ihre eigenen Schönheitsvorstellungen konzentrieren.)</i> SuS, die früher mit der Erstellung der Collage fertig sind, treffen sich mit ihren Arbeitsergebnissen vor der Tafel und tauschen sich in Kleingruppen von höchstens drei Schülern über ihre Ergebnisse aus. Um den Schülern eine Orientierung zu geben, was besprochen werden soll, stehen an der Tafel bereits drei Gesprächsbausteine: <i>1. Bei Männern finde ich besonders schön...</i>	Einzelarbeit an Gruppentischen, Schüler-Schüler-Gespräch	<ul style="list-style-type: none"> • Schnellhefter-Klammern, • Zeitschriften, • Werbeanzeigen, • Kataloge • Schere, Kleber • AB Heft-Cover • AB 1 Schönheits-Collage

	<p>2. <i>Bei Frauen finde ich besonders schön...</i> 3. <i>Mir gefällt nicht, wenn...</i></p>		
10 min	Nach Beendigung der Arbeitsphase wird ein Halbkreis vor der Tafel gebildet. An der Tafel werden die Collagen befestigt, um sie gemeinsam zu betrachten und zu besprechen.	Stuhlhalbkreis/ Mattenhalbkreis Unterrichtsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> • Magnete • Collagen
25 min	<p>Vertiefend bearbeiten die SuS in PA das Projektthemenblatt AB 3 „Was ist schön?“. Zeitpuffer: Stundenabschluss stellt der Arbeitsauftrag dar, dass die SuS ihr Heft-Cover passend zum Thema frei gestalten.</p> <p>(Nach dem Stundenabschluss werden sowohl die Collage als auch das AB 2 „Was gilt heute als schön?“ von den SuS als erste Dokumente in das begleitende Heft eingeordnet.)</p>	Partnerarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • AB 2 „Was ist schön?“

Zeitraumen: 3. + 4. Stunde	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
10 min	<p>Innerhalb dieser Doppelstunde begegnen SuS aus historischer Perspektive dem Thema Schönheit.</p> <p>Zu Stundenbeginn sammeln sich SuS im Halbkreis vor der Tafel. L. startet die PP-Präsentation mit der Anfangsfolie, auf dem sich die Aufgabenstellung für die nachfolgenden Bildbetrachtungen befindet. Hierbei unterstützen die Bildbetrachtungen die Fantasie der SuS, wie die Menschen in anderen Jahrhunderten aussahen und wie sie sich kleideten. SuS betrachten die Bilder eingehend und beschreiben ihren Mitschülern die abgebildeten Menschen.</p>	<p>Motivierender Einstieg, Unterrichtsgespräch</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Powerpoint-Präsentation, • Beamer
15 min	<p>Danach stellt L. eine Impulsfrage zu den Pflegemöglichkeiten der Menschen in früheren Zeiten. Schüleräußerungen und -vermutungen werden gesammelt. Dann erzählt L. ausgewählte Beispiele¹ historischer Gegebenheiten, die sich auf frühere Schönheitsideale auswirkten. Allerdings benennt L. nicht die konkreten Folgen dieser damaligen Gegebenheiten. Stattdessen werden drei Impulsfragen gestellt². Die Antworten der SuS werden in Stichwörtern von L. mitgeschrieben und in die Stuhlkreismitte gelegt.</p>	Lehrerinput	<ul style="list-style-type: none"> • Text: „Lehrer-Erzählung Std. 3+4“, • Zettel zum Mitschreiben der SuS-Antworten
20 min	<p>Zur Festigung des eben Gehörten bearbeiten die SuS in PA das Arbeitsblatt „Schönheit früher“.</p> <p>Die Ergebnisse werden im Plenum abgeglichen und besprochen.</p>	<p>Partnerarbeit Unterrichtsgespräch</p>	<ul style="list-style-type: none"> • AB 3 „Schönheit früher“

¹ Geringe Zahnhhygiene; starke Sonneneinstrahlung durch die Feldarbeit sowie unzureichende Ernährung.

² Die Impulsfragen sind im Text enthalten und deutlich gekennzeichnet.

30 min	Anschließend erarbeiten die SuS in PA (oder zu dritt) auf einem Plakat gemeinsam das Schönheitsideal einer Epoche. Dabei wird die zu bearbeitende Epoche den Gruppen per Los zugeteilt. (Die verschiedenen Schönheitsideale sind einerseits im Projektheft bündig dargelegt, andererseits sollte den Gruppen zusätzliches Informations- sowie Bildmaterial zur Verfügung gestellt werden - bspw. aus Büchereien ³ und durch die Möglichkeit der PC-Nutzungen.)	Partnerarbeit (oder Gruppenarbeit)	<ul style="list-style-type: none"> • Plakate, • Informationsmaterial (Bücher, PC-Nutzung), • Informationsblätter 1a/1b sowie 2a/2b
15 min	In einem abschließenden Museumsrundgang werden die verschiedenen historischen Schönheitsideale in ihrem Wandel näher betrachtet und besprochen.	Museumsrundgang, Unterrichtsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> • Plakate

³ Buch „Was ist was – Mode“ o.ä.

Zeitraumen: 5. + 6. Stunde	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
10 min	<p>In dieser Doppelstunde werden das Medienaufkommen und die damit einhergehenden Folgen auf die Schönheitsdarstellungen thematisiert. Als Einstieg dient eine Fantasiereise in die Vergangenheit, in der es kaum Medien gab und demnach Menschen mit wenigen Abbildungen von Schönheit in Berührung kamen. So wird gewährleistet, dass die SuS eine innere Vorstellung dazu entwickeln, wie bilderarm vergangene Zeiten im Verhältnis zur heutigen Zeit der digitalen Medien waren.</p> <p>Nach Beendigung der Fantasiereise gibt L. einen Denkanstoß und stellt anschließend eine Impulsfrage: „Die Menschen früher haben kaum Bilder um sich herum gehabt. Wir dagegen sehen jeden Tag tausende Bilder durch Werbung auf Plakaten, Zeitschriften und im Fernsehen. Inwiefern wirken diese vielen Bilder sich auf uns aus?“ SuS stellen eigene Vermutungen an.</p>	<p>Fantasiereise, Unterrichtsgespräch</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fantasiereise
35 min	<p>Die SuS werden per Losverfahren in Expertengruppen eingeteilt (pro Gruppe nur drei SuS), die sich mit einem der drei Informationstexte beschäftigen und ihn so aufbereiten, dass sie ihn den anderen Gruppen wiedergeben und präsentieren können.</p> <p>Für die Aufbereitung der Minipräsentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - können die SuS Karteikarten und/oder - ein Miniplakat mit Schlagwörtern erstellen benutzen. <p>Das Material dafür liegt bereit.</p>	Gruppenarbeit	<p>Informationsmaterial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Text 1: Bilder und ihre Bedeutung • Text 2: Die Fotografie als Bild • Text 3: Veränderte Bilder

10 min	SuS nehmen im Halbkreis vor der Tafel Platz und eine der Gruppen, die Text 1 behandelt hat, beginnt die Präsentation. (Text 2 folgt usw.)	Präsentation	
20 min	Nach dem Austausch der Expertenrunden wird den SuS der Kurzfilm „BodyTalk“ gezeigt. Dieser legt die vielfältigen Möglichkeiten der Digitaltechnik dar und zeigt allumfassend auf, dass die medial-abgebildete Schönheit manipuliert und künstlich hergestellt ist. Anschließend wird im Unterrichtsgespräch geklärt, was in diesem Kurzfilm deutlich wird. SuS äußern ihre ersten Eindrücke. Da nicht jeder SuS auf alle Tricks der Bildbearbeitung während des ersten Abspielens des Films achten kann, wird dieser den SuS nun erneut gezeigt. So wird sichergestellt, dass alle SuS die Möglichkeiten der digitalen Bildbearbeitung verstehen und nachvollziehen können.	Input über Film Unterrichtsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> • DVD „Wa(h)re Schönheit“
15 min	Anschließend stellt L. die Impulsfrage, was diese Bildbearbeitungen und das ständige Ansehen überschöner Menschen mit uns Betrachtern machen kann. SuS notieren in PA ihre Ideen auf AB „...und was macht das mit uns?“, das als Festigung dient. Nach circa 10 min wird ein Halbkreis vor der Tafel gebildet und die Gedankenzettel der SuS werden mit Magneten an der Tafel befestigt. Abschließend werden im Unterrichtsgespräch die möglichen Folgen der computerbearbeiteten Schönheitsdarstellungen gesammelt und in ihren Auswirkungen auf uns Menschen besprochen.	Partnerarbeit Unterrichtsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> • AB 4 „...und was macht das mit uns?“

Zeitraumen: 7. + 8. Stunde	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
15 min	<p>Die abschließende Unterrichtssequenz thematisiert detaillierter die Bildbearbeitung und ihre negativen Folgen. Den SuS wird der Text „Wie Bildbearbeitung die Welt verändert“ ausgeteilt. Zunächst lesen die SuS den Text erst einmal still für sich durch, danach wird er gemeinsam in der Klasse vorgelesen. So kann sichergestellt werden, dass auch die leseschwächeren SuS den Inhalt des Textes für sich erschließen können.</p> <p>Daran anschließend werden die u.a. bekannten Informationen aus der vorherigen Doppelstunde gemeinsam erneut erschlossen und besprochen. Die Festigung der Erkenntnisse aus der vorherigen Stunde durch weitere Informationen sind für den nachfolgenden Stundenverlauf notwendig.</p>	<p>Einzelarbeit, Unterrichtsgespräch</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Text „Wie Bildbearbeitung die Welt verändert“
30 min	<p>Nach Beendigung des U.-Gesprächs finden sich die SuS in ihren Gruppen zusammen und lösen gemeinsam zunächst schriftlich den Arbeitsauftrag. Im weiteren Verlauf stellen sie die Gruppenergebnisse szenisch nach. Ausgangspunkt ist dabei für alle SuS die gleiche Situation: Ein/e Freund/in vergleicht das eigene Aussehen mit dem Bild eines Kindes aus einer Zeitschrift. Die Aufgabe der SuS besteht einerseits darin, den/die Freund/in darüber aufzuklären, dass die Schönheit dieses Kindermodells durch Computerbearbeitungen künstlich hergestellt wurde. Andererseits soll der/die Freund/in darüber aufgeklärt werden, weshalb man sich nicht mit den Schönheitsdarstellungen in Medien vergleichen soll.</p> <p>Diese szenische Übung vertieft und verknüpft bei den SuS das neu erworbene Wissen. Außerdem zielt sie auf die Befähigung der SuS ab, ihre Erkenntnisse auch kommunikativ zu durchdringen. Dadurch ist es ihnen nachhaltig möglich, ihr Wissen weiterzugeben und es anhaltend zu nutzen.</p>	<p>Partnerarbeit, szenisches Spiel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • AB 5 a/b „Überschöne Bilder beeinflussen uns“

10 min	SuS erfahren durch die verschiedenen Szenenbeispiele in dieser Unterrichtssequenz eine Festigung all dessen, was sie aus den davorliegenden Stunden an Input hinsichtlich der bildlichen Computerbearbeitungen von Schönheit erfahren haben.	Präsentation des szenischen Spiels	
10 min	SuS sammeln sich im Halbkreis vor der Tafel. L. klappt die Tafel auf, auf der bereits der Satz „Nicht mehr Kleider, sondern Körper machen Leute“ geschrieben steht. Ein Unterrichtsgespräch entwickelt sich, in dem die erworbenen Kenntnisse der Schüler aus der projektorientierten Unterrichtseinheit abschließend kommunikativ dargelegt werden können.	Unterrichtsgespräch	<ul style="list-style-type: none"> • Tafelanschrieb: „Nicht mehr Kleider, sondern Körper machen Leute.“
20 min	Um den Gedanken auch visuell Ausdruck zu verleihen, erhalten SuS jeweils ein weißes Zeichenpapier A3. Der Arbeitsauftrag dazu befindet sich an der Tafel: „Nicht mehr Kleider, sondern Körper machen Leute.“ Aufgabe: Male auf das Zeichenpapier alles, was dir zu diesem Spruch durch den Kopf geht.	gestaltendes Malen	<ul style="list-style-type: none"> • Zeichenpapier A3, • Jaxon-Kreide o. Buntstifte
5 min	Zum Schluss der Unterrichtssequenz wird die Unterrichtseinheit „Schönheitsideale und ihr Einfluss“ durch den Fragebogen von den SuS reflektiert und bewertet.		<ul style="list-style-type: none"> • Fragebogen

Begleitheft von

Spieglein, Spieglein an der Wand...



Schönheitsideale und ihre Wirkung

Schönheits-Collage

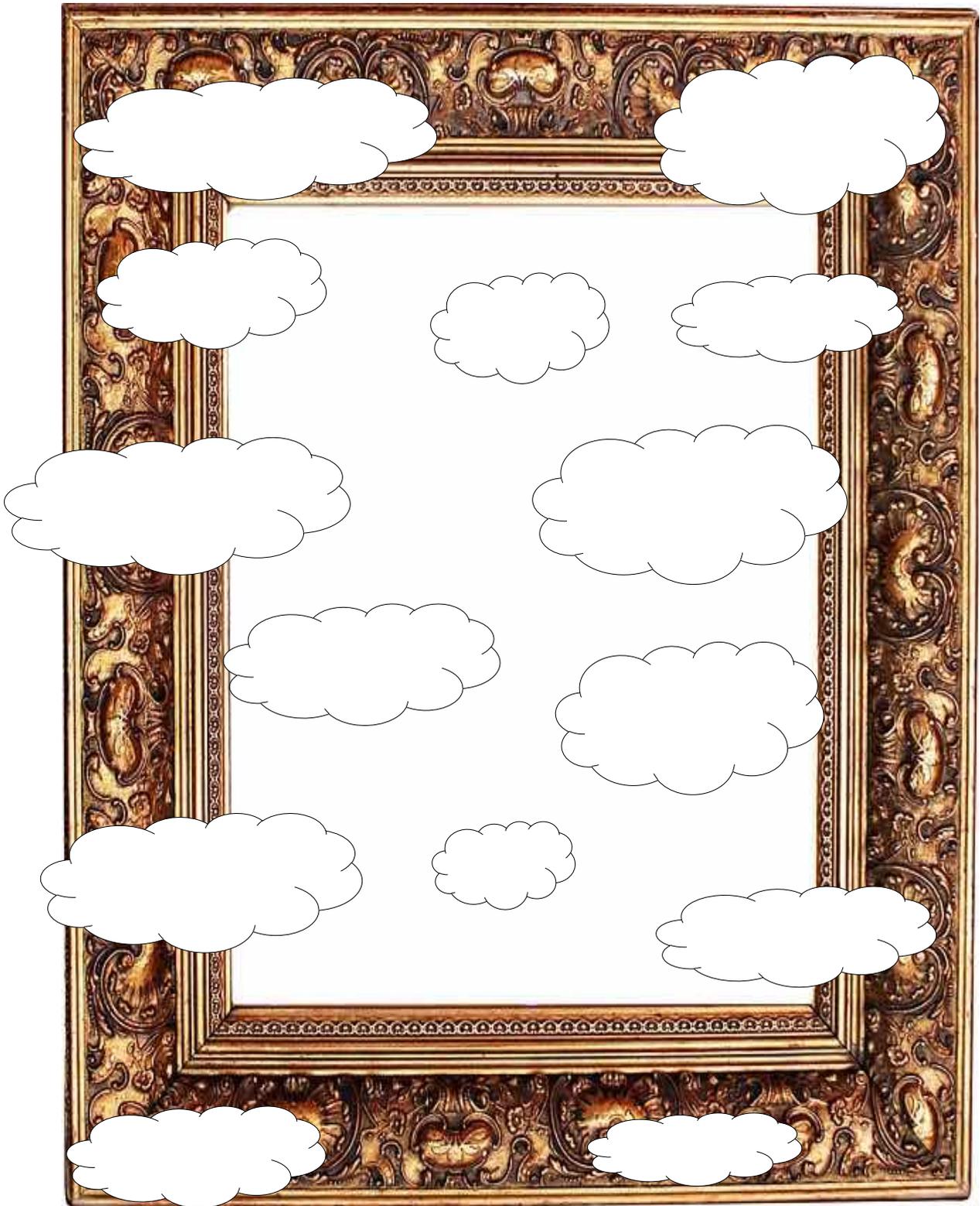
1. Gestalte hier eine Collage von Menschen, die du besonders schön findest.



* Stunde 1+2 - Arbeitsblatt 1 *

Was ist schön?

2. Was macht einen Menschen für dich besonders schön? Schreibe in die Gedankenblasen.



* Stunde 1+2 - Arbeitsblatt 2 *

Lehrer-Erzählung:

Teil 1:

In früheren Zeiten wie dem Mittelalter war das Leben der meisten Menschen sehr hart. Ihr Alltag war stark beeinflusst von den damaligen Gegebenheiten. Die einfachen Leute mussten schwer und lange arbeiten. Trotzdem waren sie größtenteils sehr arm. Zum Beispiel befanden sich die Bauern im Mittelalter andauernd im Kampf mit der Natur. Denn regnerische, nasse Sommer bedeuteten damals, dass das angebaute Korn auf dem Feld faulte. Große Teile der Ernte waren für die Bauern also nicht essbar, weil das Getreide verdorben war. Das war ein großes Unglück für die Menschen! Schließlich konnten die Leute in früheren Zeiten nicht in einen Einkaufsladen gehen, um sich dort etwas zu Essen zu kaufen. Sie waren voll und ganz auf ihre Korn- und Gemüseernten angewiesen. Wenn es in einem Sommer also oft regnete, kam es zu vielen schlimmen Hungersnöten der Menschen. Gerade die Kinder, aber auch viele Erwachsene wurden sehr krank oder starben an Unterernährung.

Impulsfrage: Wie wirkt sich das auf Menschen aus, wenn sie wenig zu essen haben? (Wie sehen sie aus?)

(L. schreibt SuS-Antworten in Stichwörtern auf Zettel und legt diese in die Kreismitte.)

Teil 2:

Früher hatten die Menschen noch nicht die Mittel, um ihren Körper so zu pflegen, wie wir heute. Zum Beispiel gab es ja noch keine Zahnbürsten. Statt sich also mit einer Zahnbürste die Zähne zu putzen, kauten die Leute bestimmte Blätter, um die Zähne zu pflegen und gesund zu halten. Außerdem wurden Wurzeln von manchen Pflanzen in Wein aufgekocht. Dieses Gebräu gurgelten die Leute dann. Zusätzlich wurden die Zähne mit verschiedenen Pulvern behandelt, zum Beispiel mit gebranntem Hirschhorn, das man dann zermalmte. Das Pulver füllten die Menschen dann in kleine Leinensäckchen und rieben damit ihre Zähne ab. Ihr merkt also: Auch ohne Zahnbürste sorgte man früher für seine Zähne und bemühte sich darum, die Zähne so gesund wie möglich zu halten. Trotzdem könnt ihr euch ja vorstellen, dass es viele Kinder und Erwachsene gab, die große Probleme mit ihren Zähnen hatten, weil die damals bekannten Pflegemittel nicht immer ausreichten oder nicht häufig genug benutzt wurden. Das Problem war nur: Es gab noch keinen Zahnarzt...

Impulsfrage: Wie sehen die Zähne von Menschen aus, die diese nicht gründlich genug putzen?

(L. schreibt SuS-Antworten in Stichwörtern auf Zettel und legt diese in die Kreismitte.)

* Stundeneinstieg für Stunde 3+4 *

Teil 3:

Wie ich euch anfangs bereits erzählt habe, musste der Großteil der Menschen hart arbeiten. Während des gesamten Mittelalters gehörten ungefähr 90 Prozent der Menschen der bäuerlichen Bevölkerung an. Das bedeutet, dass von 100 Leuten 90 Leute damals Bauern waren! Und obwohl sie eine so wichtige Aufgabe erfüllten, nämlich sich und die reichen Adeligen mit Nahrungsmitteln zu versorgen, hatten sie keinen guten Stand in der damaligen Zeit. Ihr Ansehen war niedrig, da die Reichen die körperliche Arbeit abwerteten. Bauern im Mittelalter (also fast alle Menschen zu der Zeit), erlebten deswegen dauerhaft wenig Wertschätzung.

Und das, obwohl ihr Arbeitstag bei Sonnenaufgang beginnen musste und erst mit dem Einbruch der Dunkelheit beendet werden konnte. Größtenteils arbeiteten die Bauern auf den Feldern. Und ihr müsst bedenken, dass es noch keine Maschinen gab, die den Menschen die Feldarbeit erleichtern konnte! Je nach Jahreszeit gab es dort immer etwas zu tun. Dabei war es egal, ob es regnete oder die Sonne so stark schien, dass es heiß war und noch viel anstrengender als sowieso schon. Die Leute mussten im Sommer also trotz der starken Sonnenstrahlen von morgens früh bis abends spät auf dem Feld schuften. Und zu der Zeit damals gab es noch keine Sonnencreme oder spezielle Kleidung, die vor den UV-Strahlen der Sonne schützen konnte.

Impulsfrage: Was passiert, wenn man sich ohne Sonnencreme lange in der Sonne aufhält?
(L. schreibt SuS-Antworten in Stichwörtern auf Zettel und legt diese in die Kreismitte.)

Teil 4: Abschluss (Überleitung zum Arbeitsauftrag)

Abschlussfrage: Wer kann noch einmal kurz zusammenfassen, was wir nun über das Aussehen eines Großteiles der Menschen in früheren Zeiten herausgefunden haben?

* Stundeneinstieg für Stunde 3+4 *

Schönheit früher



3. Überlege, was früher als schön empfunden wurde. Schreibe auf.

<i>Früher selten...</i>	<i>...deswegen galt es als schön.</i>
<i>Nur die Reichen konnten es sich leisten, sich satt zu essen.</i>	
<i>Man konnte seine Zähne früher nicht so leicht pflegen und putzen wie heute. Viele Menschen hatten deswegen sehr schlechte, unansehnliche und faulige Zähne.</i>	
<i>Die Arbeiten auf dem Feld ließen die Haut sehr braun werden.</i>	

* Stunde 3+4 - Arbeitsblatt 3 *

Die Schönheit des Mannes im Wandel der Zeit



Vom 6. bis zum 16. Jahrhundert:

Bei Männern galten blondgelocktes, langes Haar, weiße Haut und rote Wangen als schön. Außerdem sollten sie schmale, aufrechte Schultern, eine schmale Hüfte und lange Beine haben.

Vom 15. bis zum 16. Jahrhundert:

Es blieb dabei, dass man bei Männern schneeweiße Haut und rote Wangen schön fand. Allerdings galten nun wohlgenährte, mollige Männer als schön. Dunkelbraune Augen fand man besonders männlich.

Vom 16. bis zum 18. Jahrhundert:

Die Männer waren stark gepudert, um besonders weiße Haut zu haben. Außerdem sollten prachtvolle Perücken die Schönheit des Mannes unterstützen.

* Stunde 3+4 - Informationsblatt 1a *

Im 18. Jahrhundert:

Nun galt es immer mehr als unmännlich, auf sein Aussehen zu achten. Männer sollten sich nicht mehr zurecht machen und schminken wie die Frauen, sondern natürlich und dadurch männlich aussehen. Man fand es schön, wenn Männer ihr Haar kurz schnitten und sie keine Perücken mehr trugen.

Im 19. Jahrhundert:

Männer galten als schön, die kurzgeschnittene Haare, eine glatte Haut und eine schlanke Figur hatten.

Im 20. Jahrhundert bis heute:

Für die Männer wurde es nach und nach immer modischer, einen sportlichen Körper zu haben. Männer sollten von nun an groß, schlank, sonnengebräunt und muskulös aussehen. Außerdem findet man seither ein schmales Männergesicht mit hohen Wangenknochen und einem ansehnlichen Unterkiefer schön.



* Stunde 3+4 - Informationsblatt 1b *

Die Schönheit der Frau im Wandel der Zeit



Vom 6. bis zum 15. Jahrhundert:

Möglichst helle Haut galt als schön. Wer es sich leisten konnte, vermied also die Sonne. Frauen verwendeten sogar giftiges Bleiweiß, um ihr Gesicht aufzuhellen.

Im 15. Jahrhundert:

Die Haut sollte schneeweiß sein. Die Wangen im Gesicht mussten besonders rot sein. Außerdem galt es als schön, wenn die Frauen wohlgenährt und nicht dünn waren.

Im 16. und 17. Jahrhundert:

Die Frauen waren stark gepudert. Sie trugen Perücken, die zu aufwendigen Frisuren hochgesteckt wurden. Es war außerdem schick, sich einen Schönheitsfleck auf die Wange zu kleben.

Auch eine sogenannte Wespentaille galt als schön. Deshalb trugen die Frauen enge Korsetts. Trotzdem fand man es nach wie vor schick, wenn die Frauen dicklicher waren.

* Stunde 3+4 - Informationsblatt 2a *

Im 18. Jahrhundert:

In dieser Zeit war alles an den Frauen noch ein wenig extremer, bunter und geschmückter als in den beiden Jahrhunderten zuvor. Als besonders schön galten Frauen, wenn sie komplizierte, gepuderte und eingedrehte Frisuren hatten, die zusätzlich noch mit Schleifen, Blumen und Schmuck verziert waren.

Im 19. Jahrhundert:

Besonders wichtig waren rosige Wangen und große, ausdrucksvolle Augen. Allerdings sollten die Frauen natürlich aussehen und deswegen kaum geschminkt sein.

Die Wespentaille kam nach und nach aus der Mode. Die Kleider wurden nun unter dem Busen abgenäht und fielen locker zu Boden.

Im 20. Jahrhundert bis heute:

Bis zur Hälfte des 20. Jahrhunderts, also circa bis zum Jahre 1950, galten die gutgenährten Frauen als schön. Weibliche Formen waren modern.

Danach änderte sich das Schönheitsideal sehr extrem. Die Frauen sollten immer dünner aussehen, um noch als schön zu gelten. Und auch Schönheitsoperationen begannen immer beliebter zu werden.

Bis heute gehören Fitness und Diäten seitdem für viele Frauen zum Alltag. Für die deutliche Mehrheit an Frauen gehört es außerdem dazu, sich jeden Tag zu schminken.



Fantasiereise:

* Stunde 3+4 - Informationsblatt 2b *

* Stundeneinstieg für Stunde 5+6 *

Schließe bitte deine Augen, lege deinen Kopf auf deine Arme und tauche so ganz ruhig und friedlich in eine andere Zeit ein...

Du spürst, wie sich die Welt um dich herum verändert. Du nimmst andere Geräusche, Gerüche und Klänge wahr. Du öffnest deine Augen und ein helles Licht blendet dich zunächst.

Du blinzelst und erkennst, dass du oben auf einem Hügel stehst. Du schaust hinunter und siehst eine kleine Stadt. Dabei betrachtest du die Mauer aus groben Steinen, die einmal ganz um dieses kleine Städtchen herum geht. Sie wirkt freundlich und einladend auf dich – du möchtest sie dir näher anschauen und läufst darauf zu.

Du trittst freudig durch das mittelalterliche Stadttor und dir fallen die vielen kleinen Häuser auf, die oft nur aus Holz gebaut sind. Du atmest tief ein und genießt die dir fremden Gerüche – es riecht nach Stroh und Holz, nach Feuer und Essen, ein leckerer Duft von frisch gebackenem Brot weht dir in die Nase.

Ein Junge in deinem Alter trägt viele Körbe, die übertoll sind mit getrockneten Kräutern und etwas, das aussieht wie Schafswolle. Du läufst ihm hinter her und kommst auf einen großen Marktplatz.

Du genießt es, deinen Blick schweifen zu lassen. Dir fallen die Leute auf, die so altertümlich gekleidet sind, dass du gar nicht anders kannst, als sie lange und eingehend anzuschauen. Du grüßt sie freundlich – und sie grüßen zurück.

Auf dem Platz stehen viele kleine und größere Marktstände. Wie anders dieser Markt aussieht als heute... Unter deinen Füßen befindet sich ausgelegtes Stroh, die Stände sind eigentlich nur Tische, an deren Seiten ein Holzgestell befestigt ist, über das dann ein großes Tuch als Schutz vor Sonne und Regen gespannt ist. Jeder Marktstand sieht anders aus und der gesamte Platz ist voll von Menschen und Tieren.

Hühner laufen umher und gackern laut, Schweine und Kühe stehen an Pflöcken angebunden herum und dir wird ganz warm im Bauch, weil du dich hier so wohl fühlst. Du lauschst aufmerksam den Leuten, die so anders reden und lächelst, wenn du ein lautes Muhen der Kühe vernimmst oder die Schweine betrachtest, die quiekend und grunzend die Abfälle vom Boden fressen.

Du hörst, wie die Marktfrauen ihre Ware anpreisen und möchtest dir die vielen bunten Stände näher anschauen. Was es hier alles gibt!

Manche Stände bieten Obst und Gemüse an, andere haben wunderschön gearbeitete Lederwaren und Kleidung ausgelegt, woanders wird Honig angeboten, Fleisch und Heilkräuter. Überall riecht es nach Leder, Stroh, gebratenem Fleisch, Honigwein und heißem Fett.

Auf einmal hörst du das Läuten von Kirchenglocken. Durch das freundliche Gewusel von Menschen und Tieren und all den vielen Attraktionen auf dem Markt nimmst du erst jetzt das beeindruckend große Gebäude wahr.

Diese alte Kirche versprüht einen gewissen Zauber auf dich, weil die Mauern der Kirche regelrecht strahlen. Vielleicht, weil sie aus hellem Stein gefertigt sind. Du möchtest diese altertümliche Kirche unbedingt auch von innen sehen und gehst hinein.

* Stundeneinstieg für Stunde 5+6 *

Deine Augen sind noch nicht an das wenige Tageslicht gewöhnt und du musst blinzeln, bevor du etwas erkennst. Die Luft hier drinnen ist angenehm kühl und es riecht intensiv nach den alten Holzbänken, die in Reih und Glied stehen. Du schaust zur Decke hoch und kannst es kaum glauben...

Ein riesiges, wunderschönes Bild erstreckt sich dort. Die Farben sind so intensiv, dass die Figuren auf dem Bild auf dich eine ganz besondere Ausstrahlung haben. Du setzt dich auf eine hölzerne Bank, um das Bild in aller Ruhe und Gemütlichkeit weiter betrachten zu können. Du schaust dir jeden Bildausschnitt genau an! Immer wieder entdeckst du etwas Neues, was dich in Erstaunen versetzt. Du bist verwundert, wie sehr dich dieses Bild in eine andere Welt eintauchen lässt. Noch nie hast du dir so lange ein gemaltes Bild angeschaut und du spürst, wie dein Nacken vom vielen Hochschauen beginnt zu schmerzen.

Du bist über dich selbst erstaunt – sonst interessieren dich alte Gemälde nicht so sehr. Aber du bist froh, alles so intensiv anschauen zu können, so lange du möchtest.

Da fällt dir etwas auf... Natürlich genießt du die Kraft der Farben und der Menschen auf dem wunderbaren Bild! Es ist schließlich auch das erste Bild, das dir hier in dieser mittelalterlichen Stadt überhaupt begegnet.

Da bemerkst du, dass dir langsam kühl wird. Eine leichte Gänsehaut breitet sich auf deinen Armen aus und du reißt dich langsam von dem Anblick des wunderschönen Kunstwerkes in dieser Kirche los...

Du weißt, dass noch ein Rückweg auf dich wartet und trittst wieder auf den Marktplatz. Du strahlst vor Freude und bist dankbar über das Erlebnis mit diesem kraftvollen Gemälde.

Nun brichst du zum Stadttor auf. Deine Augen wandern über das fröhliche Gewusel des Marktes, verweilen kurz an den Wänden der Häuser, an manchen Ständen und du spürst, dass der Gedanke in der Kirche richtig war.

Es gibt nirgends Bilder, keine Werbung mit Menschen darauf, keine Fotografien und große Plakatwände.

Du musst lächeln. Du findest es spannend, in eine altertümliche Welt eingetaucht zu sein, in der es so wenige Bilder gibt.

Das Hufgeklapper von zwei Pferden begleitet dich aus der Stadt hinaus und du siehst den Hügel, den du nun hinauf gehen möchtest.

Das saftige Gras der Wiese, über die du läufst, kitzelt an deinen Füßen. Die Vögel zwitschern lauter, dir strömt ein intensiver Geruch von Laub, Blättern und Waldboden entgegen und du siehst den schmalen Pfad, der sich in den Wald schlängelt.

Langsam läufst du den schönen, freundlichen Waldweg entlang und kehrst ruhig in unsere Zeit zurück.

Du spürst, dass du dich wieder in unserem Klassenzimmer befindest.

Du darfst nun deine Augen öffnen, dich kurz hinstellen, um dich zu strecken und deinen Körper wieder fit zu machen.

Bilder und ihre Bedeutung

Bilder spielen seit je her eine wichtige Rolle für die Menschen. Zeichen und Bilder dienen der Verständigung. Auch Menschen, die eine andere Sprache sprechen oder nicht lesen können, ist es schließlich möglich, ein Zeichen oder Bild zu verstehen. Deswegen zeigen uns auch Zeichen und Bilder, an welchem Ort man eine Tankstelle findet oder wo sich der Fußgängerweg befindet.



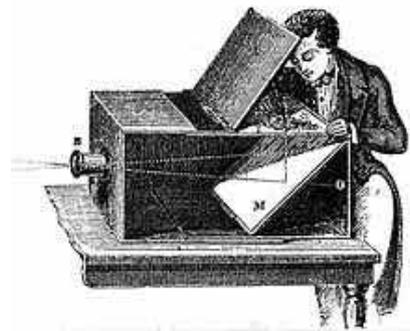
Schon in der Steinzeit bemalten die Menschen Höhlenwände. Durch diese Bilder können wir uns heute vorstellen, was die Menschen zu der Zeit beschäftigte, was sie erlebt und gesehen haben. Auch antike Kulturen wie die der Ägypter sind uns heute noch bekannt, weil mitunter Skulpturen und Malereien von damals erhalten geblieben sind. Dadurch wurde uns überliefert, wie die Menschen in anderen Zeiten und Ländern sich kleideten und was ihr Leben ausmachte.



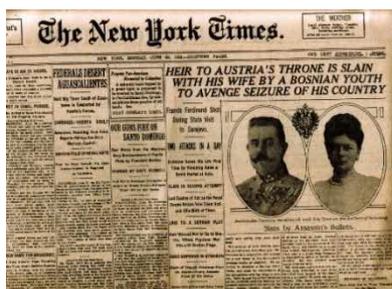
Bis in die Gegenwart dienen Bilder und Figuren dem anschaulichen Beweis und dem künstlerischen Empfinden. Dabei ist das Ziel der Künstler, dass ihre Bilder die Menschen erreichen und in ihnen dann bestimmte Vorstellungen freigesetzt werden.

Die Fotografie als Bild

Am 19. August 1839, also bereits vor ca. 180 Jahren, stellten drei Herren aus Frankreich die erste Fotokamera an der Französischen Akademie der Wissenschaften vor. Das war eine bedeutende Erfindung für die gesamte Menschheit, schließlich konnte man nun erstmals ein genaues Abbild der Welt erzeugen - auch ohne die Malerei! Persönliche Momente und wichtige Ereignisse konnte man so mit wenig Aufwand für die Ewigkeit festhalten. Die Fotografie dient seitdem als Spiegel für unsere Welt.



Im Jahre 1888 wurden bereits die ersten Fotokameras in Fabriken gebaut und zum Verkauf angeboten. So erhielten immer mehr Menschen die Möglichkeit, Fotos zu machen. Zu dieser Zeit begannen auch die Zeitungen, für ihre Berichterstattung Fotografien zu nutzen.



Die Technik der Fotografie hat sich seit dem stark verändert. Mittlerweile hat sich die notwendige Technik dafür extrem verkleinert, so dass auch jedes Smartphone eine eingebaute Kamera beinhaltet. Heutzutage kann somit jeder Mensch auf

Fotos das festhalten, was er möchte. Verschiedene Situationen aus dem Leben der Menschen können bildlich belegt werden. Praktisch alles Geschehene kann dadurch für die Ewigkeit dokumentiert werden.

* Stunde 5+6 - Text für Expertengruppe 2 *

Veränderte Bilder

Es ist nicht neu, dass Bilder und Fotografien bearbeitet werden. Schon seit je her werden viele abgebildete Personen von den Malern ansehnlicher gemacht, als sie in Wirklichkeit waren. Beispielsweise wurden Könige und Königinnen früher meistens mit geschlossenem Mund gemalt, damit man als Betrachter des Bildes ihre fauligen Zähne nicht sieht.



Als es noch keine Digitalkameras gab, konnte man die Fotos beim Entwickeln im Labor bearbeiten und verändern. Heutzutage können die Bilder so schnell und problemlos wie nie zuvor überarbeitet werden. Schließlich sind digitale Fotografien als elektronische Daten gespeichert, so dass die Möglichkeiten der Bildbearbeitung am Computer grenzenlos sind.

Für alle Plakate, Zeitschriften und andere Werbungsträger gilt deshalb mittlerweile, dass sie nur noch überarbeitete Bilder von Menschen zeigen. Jedes Modell, ob Kind, Frau oder Mann, wird stark verändert, nämlich extrem verschönert. Es gibt bereits unzählige Firmen, deren Mitarbeiter einzig und allein dazu da sind, die Models der Werbung durch spezielle Computerprogramme aufzuhübschen. Teilweise haben die überarbeiteten Bilder dann nur noch wenig mit dem ursprünglichen Foto gemeinsam, weil man wirklich **alles** am Computer verändert hat: Die Beine der Modells werden digital schlanker gemacht, die Augen werden größer und ihre Farbe intensiver angelegt, die Haare werden dichter und länger geschummelt, das Kinn wird runder und der Mund höher im Gesicht angesetzt. Es gibt keine Grenzen, so dass die Menschen auf den Bildern in der Werbung durchweg eine künstliche Erzeugung sind.



Die in der Werbung abgebildete Schönheit ist durch die extreme Nachbearbeitung am Computer völlig unnatürlich.

Niemals kann sie in der Wirklichkeit von einem Menschen erreicht werden!

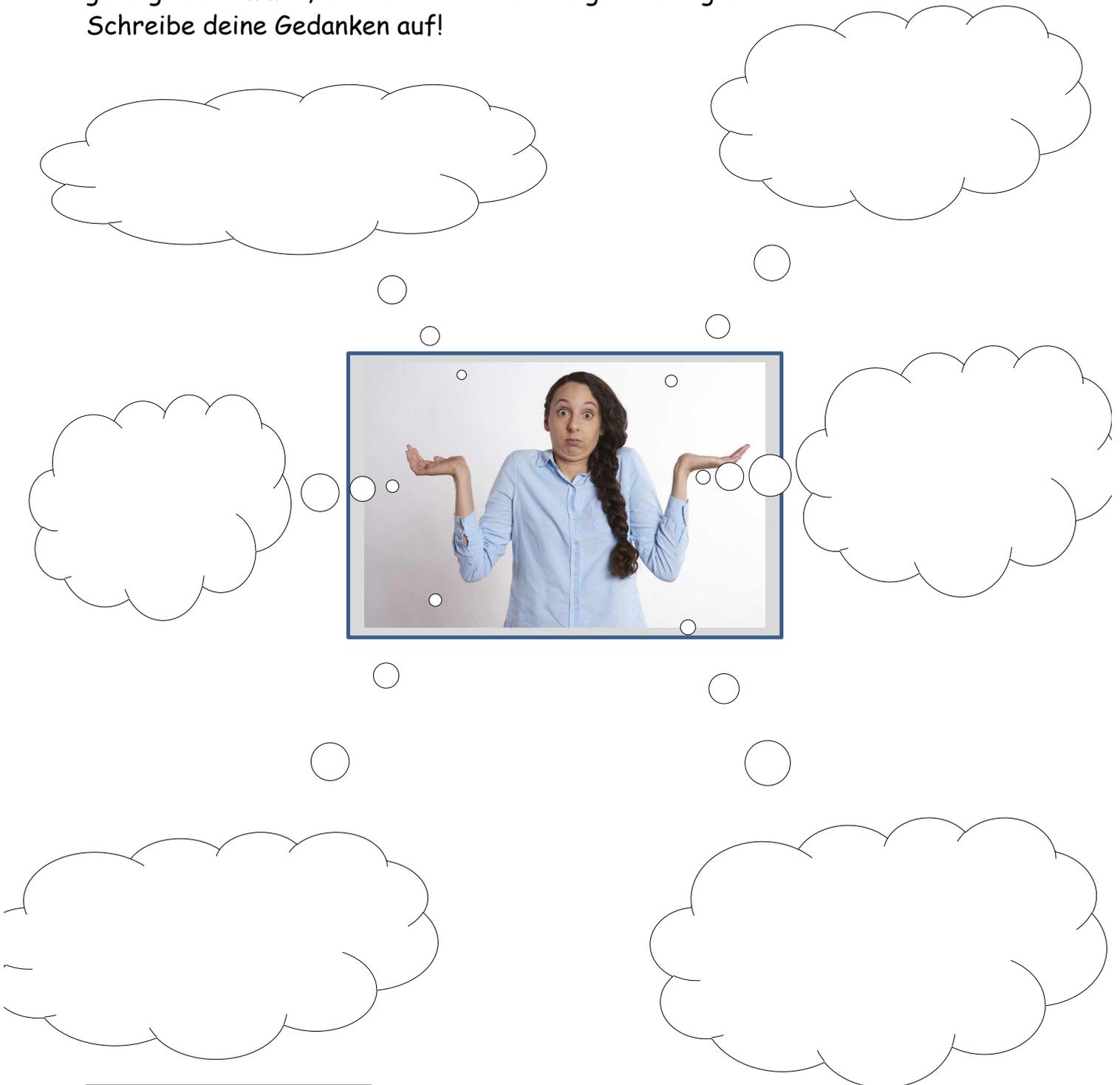
* Stunde 5+6 - Text für Expertengruppe 3 *

...und was macht das mit uns?

Durch die Möglichkeiten der Bildbearbeitung am Computer betrachten wir ständig überschöne Menschen. Die Schönheit der abgebildeten Models ist nicht mehr natürlich, sondern künstlich hergestellt.

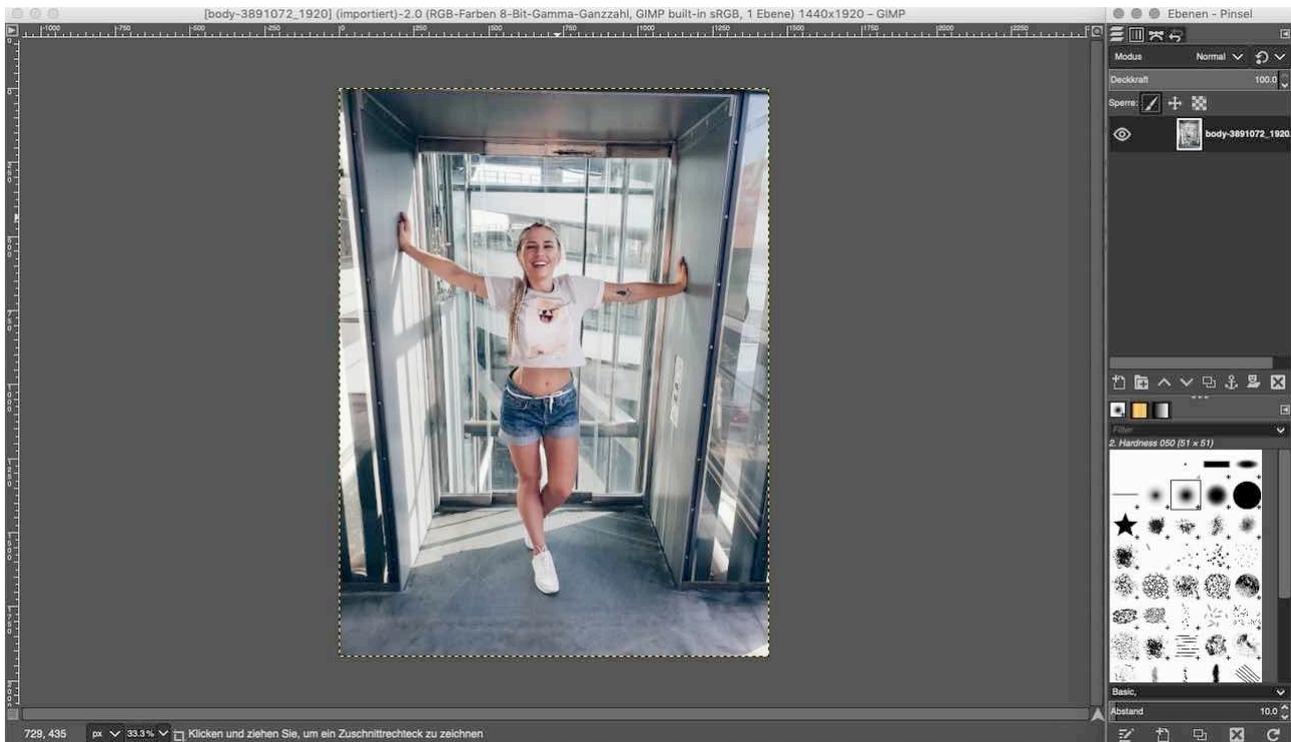
Was glaubst du, macht das mit uns Menschen, wenn wir dauernd eine Schönheit gezeigt bekommen, die es in Wahrheit so gar nicht gibt?

Schreibe deine Gedanken auf!



* Stunde 5+6 - Arbeitsblatt 4 *

Wie Bildbearbeitung die Welt verändert hat



(Quelle: Screenshot GIMP 2019)

Man ist überall von überschönen Models umgeben - auf dem Plakat an der Bushaltestelle, in Zeitschriften, im Fernsehen und allgemein in der Werbung.

Die Bilder sind künstlich am Computer erzeugt worden. Die abgebildeten Models, egal ob Kind oder Erwachsener, werden **immer** elektronisch beschönigt und stark verändert. Diese computerbearbeitete Schönheit kann **niemals** von einem echten Menschen erreicht werden.

Trotzdem vergleicht man sich mit der künstlichen Schönheit dieser Models. Deswegen finden sich immer mehr Kinder, Jugendliche und Erwachsene unschön. Denn durch die dauerhafte Sicht auf diese künstliche Schönheit entwickelt man falsche Vorstellungen: Die überarbeiteten Bilder werden von uns in Gedanken als echt abgespeichert. Dadurch werden in uns Wünsche erzeugt, wie wir aussehen möchten und sollten, um von unseren Mitmenschen als schön angesehen zu werden. Dabei vergessen wir, dass die abgebildete Schönheit in der Werbung künstlich ist und nie der Wirklichkeit entspricht.

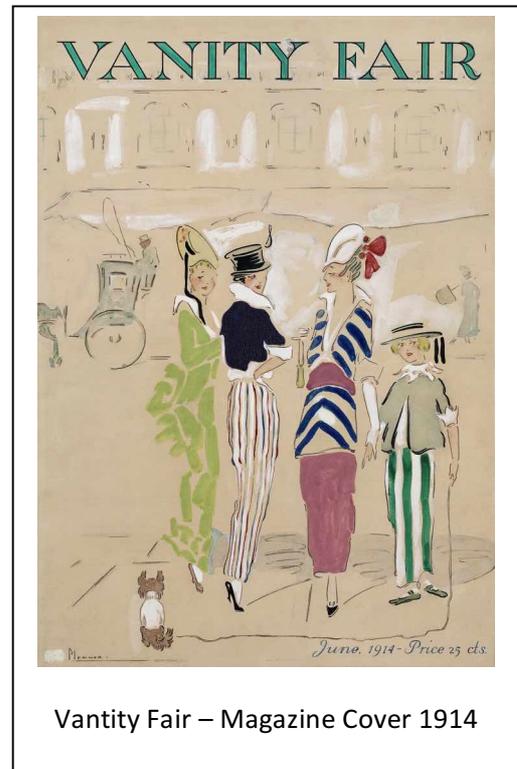
Überschöne Bilder beeinflussen uns

Stell dir vor:

Du hast dich mit deiner besten Freundin verabredet. Als du zu ihr nach Hause kommst, sitzt sie auf ihrem Bett. Sie schaut sich eine Zeitschrift an. „Warum kann ich nicht auch so dünn sein? Ich möchte genauso schön sein wie die!“, ruft deine beste Freundin traurig. Sie zeigt auf ein Bild von einem überschönen Mädchen. Du weißt sofort, dass dieses Foto stark verändert ist.

Aufgabe:

Erkläre deiner besten Freundin, warum kein echter Mensch so aussehen kann wie auf diesem Bild. Schreibe auf.



Überschöne Bilder beeinflussen uns

Stell dir vor:

Du hast dich mit deinem besten Freund verabredet. Als du zu ihm nach Hause kommst, sitzt er auf seinem Bett. Er schaut sich eine Zeitschrift an. „Warum habe ich nicht so viele Muskeln? Ich möchte auch so gut aussehen wie der!“, ruft dein bester Freund traurig. Er zeigt auf ein Bild von einem überschönen Jungen. Du weißt sofort, dass dieses Foto stark verändert ist.



Aufgabe:

Erkläre deinem besten Freund, warum kein echter Mensch so aussehen kann wie auf diesem Bild. Schreibe auf.

Name: _____

* Stunde 7+8 - Arbeitsblatt 5b *
* Auswertung 1 *

„Schönheitsideale und ihr Einfluss“



Beurteile nun die vergangenen Unterrichtsstunden.
Fülle dazu bitte diesen Auswertungsbogen aus.

	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆
Ich weiß jetzt mehr über die Veränderungen von Schönheitsidealen.				
Mir hat es Spaß gemacht, mehr darüber zu erfahren, was die Menschen früher schön fanden.				
Es ist wichtig, über die bearbeiteten Bilder in der Werbung Bescheid zu wissen.				
Die Unterrichtsstunden waren für Jungen <u>und</u> für Mädchen interessant.				
Es hilft mir zu wissen, dass niemand die künstliche Schönheit der überarbeiteten Bilder erreichen kann.				

Name: _____

Möchtest du noch etwas zu dieser Unterrichtseinheit über Schönheit sagen?
Schreibe auf!

Zweifel nicht an dir wegen der
überschönen Bilder! Sie sind
schließlich alle computerbearbeitet.



**Wir wissen viel mehr, als
ihr denkt! Niemand kriegt
uns so in den
Schönheitswahn gedrängt.**

*** Auswertung 2 ***

Quellenverzeichnis

1. Bilder

Seite	Titel	Urheber*in	Lizenz / Link zur Lizenz	Veränderung	Ursprungsort (Link)
Modul-Coverbild	woman-girl-fat-fitness	Public Domain Pictures	CC0 1.0 Universal - https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/legalcode		https://www.pexels.com/photo/woman-girl-fat-fitness-42069/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 1	rahmen-spiegel-bild-barock-leer	Clker-Free-Vector-Images	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/		https://pixabay.com/de/rahmen-spiegel-bild-barock-leer-308791/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 2	Placeholder couple Superhero	FRacco	CC BY-SA 4.0 International https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode	nach dem Original von Vegas Bleeds Neo unter CC BY-SA 3.0 unported Lizenz https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/legalcode	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5c/Placeholder_couple_superhero.png Originale: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Placeholder_male_superhero_c.png und https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Placeholder_female_superhero_c.png zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 3	bilderrahmen-stuckrahmen-rahmen	avantrend	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/		https://pixabay.com/de/bilderrahmen-stuckrahmen-rahmen-427233/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 6	Die Kornerte	Pieter Bruegel	Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Pieter_Bruegel_the_Elder_-_The_Corn_Harvest_(August).JPG zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 7	XVI	wieczny wams	CC BY-SA 3.0 https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/		https://pl.wikipedia.org/wiki/Wams#/media/File:Wams.Alteskleidungsst%C3%BCck.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 8	man leaning on stone	Vinicius Costa	Pexels Lizenz https://www.pexels.com/photo-license/		https://www.pexels.com/photo/man-leaning-on-stone-1757117/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 9	Le Blond	Louise Geneviève	Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Madame_Royer.jpg#mediaviewer/File:Madame_Royer.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 10	Woman applying make-up	Marc J. Sebastian	CC BY-SA 2.0 https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/		https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Woman_applying_make-up.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019

Arbeitsmaterial Seite 13	Schild Fußgängerweg		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://sv.wikipedia.org/wiki/Fil:Zeichen_239.svg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 13	Schild Tankstelle		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/e4/Zeichen_361-51.svg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 13	Egyptian Papyrus		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Egyptian_papyrus.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 14	Camera Obscura box 18th Century		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_the_camera#/media/File:Camera_Obscura_box18thCentury.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 14	Junge mit Reifspielzeug		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b1/Reif_Spielzeug.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 14	Headline of the New York Times		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/17/Headline_of_the_New_York_Times_June-29-1914.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 15	King Richard II		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/45/King_Richard_II_from_NPG_%282%29.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 15	Portrait Anna Elisabeth Leerseanagoria		Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain		https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/ba/1749_Nattier_Portrait_Anna_Elisabeth_Leerseanagoria.JPG zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 15	frau-gesicht-kopf- identität-suche	geralt	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/		https://pixabay.com/de/frau-gesicht-kopf-identit%C3%A4t-suche-565127/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 16	verwirrt-hände-bis- unsicher-ratlos	RobinHiggins	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/		https://pixabay.com/de/verwirrt-h%C3%A4nde-bis-unsicher-ratlos-2681507/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 17	körper-sommer- kleidung-mode- jung	MisterBean	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/		https://pixabay.com/de/k%C3%B6rper-sommer-kleidung-mode-jung-3891072/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 17	Screenshot	GIMP	GIMP – Screenshot https://de.wikipedia.org/wiki/GIMP		Screenshot 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 18	Cover 1914	Vanity Fair	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/		https://pixabay.com/de/jahrgang-magazin-cover-vanity-fair-922963/ zuletzt besucht am 10.01.2019

Arbeitsmaterial Seite 19	mann-tafel- zeichnung- muskeln-stark	NeuPaddy	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/	https://pixabay.com/de/mann-tafel-zeichnung-muskeln-stark-2037255/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 20	kritik-bewerten- bewertung-sterne	geralt	Pixabay Lizenz https://pixabay.com/de/service/license/	https://pixabay.com/de/kritik-bewerten-bewertung-sterne-3083099/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Arbeitsmaterial Seite 21	boy-child-clouds- kid	<u>Porapak</u> <u>Apichodilok</u>	Pexels Lizenz https://www.pexels.com/photo-license/	https://www.pexels.com/photo/boy-child-clouds-kid-346796/ zuletzt besucht am 10.01.2019

2. Filme

Titel	Verleihnummer	Lizenz
Film: „BodyTalk“ (Inhalt der <i>didaktischen DVD</i> „Wa(h)re Schönheit“)	FWU – Schule und Unterricht DVD 46 02401	FWU Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht

3. Texte

Titel	URL	Abfragedatum
Beiheft zur DVD „Wa(h)re Schönheit“ der FWU	http://dbbm.fwu.de/fwu-db/presto-image/beihefte/46/024/4602401.pdf	10.01.2019
Titel	Quelle	Lizenz
Informationsblätter 1 – 3: <ul style="list-style-type: none"> • Die Schönheit des Mannes im Wandel der Zeit • Die Schönheit der Frau im Wandel der Zeit • Wie Bildbearbeitung die Welt verändert hat 	Eigene Textproduktion	<i>Schönheitsideale und ihre Wirkung</i> – Unterrichtsmodul 2019 / Landesmedienzentrum Baden-Württemberg - SESAM / Maria Dane / unter CC BY-SA 4.0 DE / https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/de/legalcode
Einstiegs Geschichte Std. 3+4		
Fantasie reise Std. 5+6		
Expertentext 1: Bilder und ihre Bedeutung		
Expertentext 2: Die Fotografie als Bild		
Expertentext 3: Veränderte Bilder		

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Das LMZ kann mithin keine Verantwortung für den Inhalt externer Internetseiten übernehmen. Die Verwendung verlinkter Internetseiten Dritter obliegt dem alleinigen Verantwortungsbereich des Nutzers.

Quellenverzeichnis – Präsentation

1. Bilder

Seite	Titel	Urheber*in	Lizenz / Link zur Lizenz	Ursprungsort (Link)
Präsentation Folie 1	Die Kartoffelesser	Vincent van Gogh	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/12/Vincent van Gogh - The potato eaters - Google Art Project.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 2	Meyers Großes KVL Kostüme 02 11536b Abb. 06-09.jpg	-	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://vignette.wikia.nocookie.net/mittelalter/images/c/cc/Meyers_Gro%C3%9Fes_KVL_Kost%C3%BCme_02_11536b_Abb._06-09.jpg/revision/latest?cb=20130710151156 zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 3	Bauern im 15. Jahrhundert.	-	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	http://www.harz-saale.de/wordpress/der-groese-deutsche-bauernkrieg-und-die-rolle-des-predigers-thomas-muntzer-in-mitteldeutschland/ zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 4	Ratsherr im 16. Jahrhundert	-	CC BY-SA 2.0 International https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/legalcode	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/07/K%C3%B6lner-Ratsherr-im-16-Jahrhundert.JPG zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 4	Maler unbekannt: Anne Boylen	-	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/ff/f2/Anne_Boleyn.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 5	Bauertanz	Pieter Bruegel	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/24/Pieter_Bruegel_d._%C3%84._014.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 6	Barockmode 17. Und 18. Jahrhundert	-	CC BY-SA 2.0 International https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/legalcode	http://altevolkstrachten.de/barock-mode-deutschland/#post/0 zuletzt besucht am 10.01.2019

Präsentation Folie 7	Family of Jan Brueghel the Elder	Peter Paul Rubens	CC BY-SA 2.0 International https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/legalcode	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/7e/Peter_Paul_Rubens_-_Familie_van_Jan_Brueghel_Oude.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 8	Isabella Clara Eugenia	Frans Pourbus the Younger	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/2d/Isabella_Spaanse_Mode.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 9	De Vermont	Nicolas de Largillierre	CC BY-SA 2.0 International https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/legalcode	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/e8/De_Vermont-Largilliere.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 10	Die Küchenmagd	Jean Siméon Chardin	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/1/1f/Jean_Sim%C3%A9on_Chardin_-_The_Kitchen_Maid_-_WGA04763.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 11	Mädchenschule	Jan Josef Horemans the Younger	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/45/School_%28girls%29_after_Horemans.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 12	Mitglieder des Hamburger Künstlervereins	Günther Gensler	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/70/Hamburger_K%C3%BCnstler_1859.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 13	Gänsrupferin	Max Liebermann	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/8e/Max_Liebermann_G%C3%A4nsrupferinnen_-_Google_Art_Project.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019
Präsentation Folie 14	Kartoffelernte von Barbizon	Max Liebermann	CC 0 / Public Domain https://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinfreiheit https://en.wikipedia.org/wiki/Public_domain	https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/e8/Kartoffelernte_in_Barbizon.jpg zuletzt besucht am 10.01.2019

Bildbetrachtung:

- ❖ Schaut euch die folgenden Bilder genau an.
- ❖ Achtet dabei auf die Kleidung und das Aussehen der abgebildeten Personen.

Aufgabe zur Bildbetrachtung:

- Die Menschen sollen so genau wie möglich beschrieben werden.
- Benutzt für eure Beschreibungen treffende Wörter!



Mittelaltermode im 15. Jahrhundert



Kleidung der armen Bauern im 15. Jahrhundert



16. Jahrhundert:

Ratsherr



Königin von England



Pieter Bruegel: Bauerntanz (ca. 1568)



Barockmode im 17. und 18. Jahrhundert



Peter Paul Rubens: Familie von Jan Brueghel the Elder ca. 1615)



Frans Pourbus the Younger: Isabella Clara Eugenia (ca. 1623)



Nicolas de Largillierre: Lambert de Vermont (ca. 1679)



Jean Simeon Chardin: Die Küchenmagd (1738)



Jan Josef Horemans the Younger: Mädchenschule (ca. 1770)



Günther Gensler: Mitglieder des Hamburger Künstlervereins (1859)



Max Liebermann: Gänserupferinnen (1872)

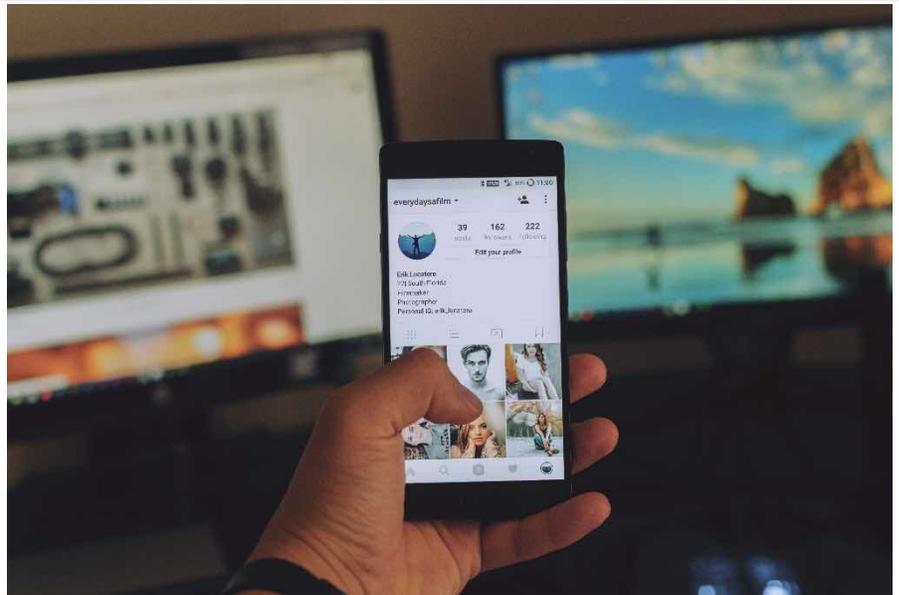


Max Liebermann: Kartoffelernte von Barbizon (1874)



UNTERRICHTSMODUL

Selfies, Selbstdarstellung und soziale Netzwerke



<https://pixabay.com/de/mobil-telefon-social-media-medien-2563782/> - Pixabay Lizenz

Autor/-in

Jennifer Madelmond

Zielgruppe/Umfang

Schulart: Weiterführende Schule

Fach: Deutsch, Basiskurs Medienbildung

Klassenstufe: 5-6

Zeitumfang: 3-5 Stunden

Medien- und Materialbedarf

Computer mit Internetanschluss, Verbindungskabel, Beamer, alternativ: Whiteboard mit Internetanschluss, Stifte, gedruckte Arbeitsblätter, Papier, PowerPoint-Präsentation, Aufnahmegeräte oder Smartphones mit Aufnahme-App

Kurzbeschreibung

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich intensiv mit ihrer eigenen Selbstdarstellung und der Darstellung anderer in sozialen Netzwerken auseinander, hinterfragen die Echtheit von Fotos und Darstellungen und erarbeiten eine Umfrage, um externe Meinungen einzuholen und mit diesen zu arbeiten. Dabei werden sie für die Umgangsweise mit ihren eigenen Informationen/Fotos sensibilisiert, ebenso erhalten sie ein Gefühl für die Möglichkeiten der Beeinflussung von Bildern.

CC-Lizenz

CC BY-SA 4.0

Bildungsplanbezug mit Quellenangabe

Die Schülerinnen und Schüler können...

- einen differenzierten, situations- und adressatengerechten Wortschatz anwenden
 - verschiedene Gesprächsformen praktizieren (zum Beispiel Diskussion, Streitgespräch, Debatte, Interpretationsgespräch)
 - durch gezieltes Fragen Informationen beschaffen und Positionen klären
 - differenzierte Fragen, Arbeitshypothesen, Untersuchungsaspekte und Problemstellungen entwickeln und reflektieren
 - Emotionen und eigene Befindlichkeiten ausdrücken und dabei angemessene sprachliche Mittel nutzen
 - ihre Lebenswirklichkeit von Realitätsdarstellungen und der Darstellung fiktionaler Welten in Medien unterscheiden und Unterschiede beschreiben
 - ihren ersten Gesamteindruck eines Bildes, Films oder Hörspiels beschreiben und begründen
 - eigene Bildvorstellungen (zum Beispiel zu Figuren in literarischen Texten) entwickeln, beschreiben und mit (audio-)visuellen Gestaltungen vergleichen
 - Bilder in Grundzügen beschreiben (Bildinhalt, Bildaufbau, Gestaltungsmittel) und dabei Zusammenhänge zwischen Bildelementen herstellen; einfache Text-Bild-Zusammenhänge erläutern
 - ihren eigenen Umgang mit Medien im Alltag beschreiben und sich damit auseinandersetzen
 - sich mit Gefahren bei der Mediennutzung auseinandersetzen und angemessen und präventiv agieren; Urheberrecht und Datenschutz beim Umgang mit Medien berücksichtigen
- http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lsw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_D.pdf

Basiskurs Medienbildung - Die Schülerinnen und Schüler können...

- die persönliche Motivation bezüglich des eigenen Medienverhaltens beschreiben und die eigene Nutzung ihrem Alter entsprechend bewerten: zum Beispiel *Nutzung mobiler Endgeräte, Games, MessagingDienste, Soziale Netzwerke, Tages oder Wochenprotokoll des eigenen Mediengebrauchs*
 - die positiven Aspekte der Mediennutzung, aber auch die Risiken und Gefahren des (übermäßigen) Mediengebrauchs erläutern, bewerten und präventive Maßnahmen benennen: zum Beispiel *Motive der Nutzung digitaler Medien (Informationsrecherche, mediale Teilhabe, soziale Kommunikation, Ablenkung, Spaß), Suchtpotenziale, Wirkung medialer Gewalt*
- http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lsw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_BMB.pdf

Medienbildungsschwerpunkte	Teilkompetenzen
<input type="checkbox"/> Information und Wissen	Die Schülerinnen und Schüler erweitern ihr Wissen und setzen sich mit einer großen Auswahl an Informationen auseinander
<input type="checkbox"/> Kommunikation und Kooperation	Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten Informationen und Material in Kleingruppen und diskutieren einzelne Themen in der Klasse
<input type="checkbox"/> Produktion und Präsentation	Die Schülerinnen und Schüler entwickeln eine Umfrage, setzen diese aktiv um und präsentieren die Ergebnisse in der Klasse
<input type="checkbox"/> Mediengesellschaft und Medienanalyse (beinhaltet auch Jugendmedienschutz und Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz)	Hinterfragen einzelner medialer Fallbeispiele und Sensibilisierung für die eigene Handlungsweise Sensibilisierung für die Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit und der gewünschten/anvisierten Darstellung in der Gesellschaft, Einfluss der Gesellschaft auf mein Denken und Handeln
<input type="checkbox"/> Informationstechnische Grundlagen	Sensibilisierung für den Umgang mit persönlichen Daten, Manipulation von Bildern

Didaktisch-methodische Hinweise

1.-2. Stunde

In den ersten beiden Stunden geht darum, die Schülerinnen und Schüler mit ihrem eigenen Mediennutzungsverhalten hinsichtlich sozialer Netzwerke, Selfies und Selbstdarstellung zu konfrontieren, dieses zu hinterfragen und im Allgemeinen zu diskutieren. Hierfür werden u.a. einzelne fiktive Fälle in einer PowerPoint-Präsentation genutzt, um konkrete Probleme anzusprechen und sich mit den Folgen und Konsequenzen auseinanderzusetzen. Es gibt nicht unbedingt ein Richtig oder Falsch, hier dennoch einige Aspekte und Hinweise zu den einzelnen Fällen der PowerPoint:

Fall 1: Xing ist ein professionelles soziales Netzwerk (ähnlich wie LinkedIn), in dem sich Arbeitskollegen, Arbeitgeber etc. untereinander vernetzen und auch eine Jobsuche möglich ist. Natürlich ist es eine gute Sache, dass sich Leo dort anmeldet und ein seriöses Profil von sich erstellt. Wenn er parallel dazu aber weiterhin Partybilder auf Facebook postet und diese öffentlich in seiner Chronik stehen hat, wo jeder sie sehen kann, ist das seriöse Profil vollkommen wertlos. Denn ein Arbeitgeber wird nicht nur die öffentlichen Daten dieser Plattform einsehen, sondern sich auch auf Seiten wie Facebook oder Instagram anschauen. Generell sollte vom Veröffentlichen von Partybildern (vor allem für alle sichtbar) abgesehen werden.

Fall 2: Viele Menschen reagieren mit dieser Reaktion. Ein Bild erhält nicht die gewünschten Likes und wird deshalb schnell gelöscht, bevor es möglicherweise andere sehen und ein falsches Bild der Person erhalten. Es ist nicht falsch so vorzugehen. Dennoch ist die Reaktion (je nachdem was für eine Art von Bild gepostet wurde) vielleicht etwas vorschnell, und eine Idee, die mit dem Bild verfolgt wurde, wird zu schnell verworfen.

Fall 3: Anstatt ein Foto zu posten, um ihre Freundin eifersüchtig zu machen, sollte Maren lieber erst einmal ihren Gefühlen freien Lauf lassen und ihre Enttäuschung und Frustration ausleben. Häufig greift man in sehr emotionalen Situationen vorschnell zum Smartphone und postet Beiträge, die man nachher bereut. Hier ist Vorsicht geboten.

Fall 4: Es ist nicht richtig, dass die Klasse über ihn lacht, weil er zwei Pickel hat. Alle Jugendlichen machen eine Phase der unreinen Haut durch und sollten sich dafür nicht schämen. Fynn wiederum löscht das Bild schnell, um zu verhindern, dass es sich weitverbreitet, andere weiter zum Lachen bringt und ihn in eine noch unangenehmere Situation bringt. Wenn er das Gefühl hat, dass ihm das hilft, ist das die richtige Entscheidung gewesen.

Fall 5: Die Idee, sexy Aufnahmen von sich zu machen, obwohl man eigentlich eine schüchterne und zurückhaltende Person ist, ist nicht unbedingt eine gute Idee. Einerseits weiß man nicht, wer sich die Bilder noch ansieht und was mit den Bildern geschieht, andererseits kreiert Emma mit dieser Handlung ein falsches Bild von ihrer Person, das ihrem wahren ICH überhaupt nicht ähnelt. Und das alles nur, um neue Follower zu erhalten.

3. Stunde

Ausführliche Informationen siehe Arbeitsblatt 3 in den Lösungen des Arbeitsmaterials

4.-5. Stunde

Umsetzung der Umfrage

Bei der Umsetzung der Umfrage ist es wichtig, grundlegende (Verhaltens-)regeln und Vorgehensweisen einzuhalten. Hier einmal ein grober Überblick über die zu berücksichtigenden Punkte.

Freundliches Begrüßen

Zweck der Umfrage beschreiben (Projekt in der Klasse)

Kann ich dir ein paar Fragen stellen und dich dabei aufnehmen? Die Aufnahme ist nur zum Zweck der Auswertung und wird nur klassenintern genutzt.

Fragen stellen (Eine Person stellt die Frage, die andere hält das Aufnahmegerät in die Richtung der zu befragenden Person, die dritte Person kann für das Suchen von weiteren Personen verantwortlich sein)

Bedanken und verabschieden

Erarbeiten Sie bzw. wiederholen Sie diese kurz mit den Schülerinnen und Schülern, um unangenehme Situationen zu vermeiden.

Unterrichtsverlauf zu „Selfies, Selbstdarstellung und soziale Netzwerke“, 5 Stunden, Klasse 5-6, Deutsch, Weiterführende Schule

Bildungsplanbezug: siehe Modulbeschreibung

1. - 2. Stunde

Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
15-20 Min.	<p>Meinungen und Einstellungen rund um Selfies, Selbstdarstellung und soziale Netzwerke</p> <p>Damit sich die Lehrkraft ein erstes Bild ihrer Schülerinnen und Schüler und deren Einstellung und Gedanken zur Thematik machen kann, setzt sie ein Meinungsbarometer ein. Dazu werden die drei Seiten von Arbeitsblatt 1 ausgedruckt und die Blätter mit der Aufschrift „JA“ und „NEIN“ an die gegenüberliegenden Enden des Klassensaals gelegt. Blatt 1 wiederum gibt einige Aussagen vor (die variabel angepasst, geändert und ausgetauscht werden können), die nacheinander vorgelesen werden. Nach jeder Aussage ordnen sich die Schülerinnen und Schüler dem JA- oder NEIN-Schild zu. Einmal zugeordnet, kann die Lehrkraft vertiefende Fragen stellen und eine Begründung für die Platzierungen erfragen. Hierfür können einzelne beispielhafte Fragen auf Arbeitsblatt 1 gefunden werden.</p>	Einführung in das Thema, Bewegungsmethode, Diskussion in der Klasse	Arbeitsblatt 1 – „Meinungsbarometer“ in gedruckter Form

<p>10-15 Min.</p>	<p>Selfies, Selbstdarstellung und co</p> <p>Selfies und Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken sind mittlerweile eine alltägliche und ganz natürliche Aktivität. Ganze Bücher setzen sich ausführlich damit auseinander, wie beispielsweise auch das französische Sachbuch „Je selfie donc je suis“ – übersetzt: „Ich mache Selfies, also bin ich“. Was denken die Schülerinnen und Schüler, wenn sie diesen Satz „Ich mache Selfies, also bin ich“ hören? Wie gehen sie mit Selfies, Selfie-Challenges und Selbstdarstellung im Internet um? Wie präsentieren sie sich im Netz? Wie möchten sie auf andere wirken? Welchen Stellenwert hat diese Aktivität in ihrem Alltag?</p> <p>Die Lehrkraft gibt den Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit zu Wort zu kommen, sich zu dem Thema, das wohl die meisten betrifft, zu äußern, Fragen zu stellen und ihre Meinung kund zu tun. Sicherlich kommt allein mit dieser Basis schon die ein oder andere Klassendiskussion zustande, erste Fälle werden näher untersucht und das Thema dieses Moduls wird tatsächlich an die Bedürfnisse, Vorstellungen und Wünsche der Klasse angepasst.</p>	<p>Diskussion in der Klasse, Meinungsaustausch</p>	<p>-</p>
<p>30-45 Min.</p>	<p>Fallbeispiele untersuchen</p> <p>Um sich mit einigen spezifischen Fällen näher auseinanderzusetzen, öffnet die Lehrkraft im Anschluss die PowerPoint-Präsentation „Fallbeispiele“</p>	<p>Fallbeispiele untersuchen, Diskussion in der Klasse</p>	<p>Powerpoint-Präsentation „Fallbeispiele“, Beamer, Computer,</p>

	<p>und geht die einzelnen Fälle mit den Schülerinnen und Schülern durch. Folgende Fragen können bei der Analyse der Fälle unterstützen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie haben sich die Personen verhalten? Ist das Verhalten der Beteiligten korrekt oder nicht? Warum? • Wirkt die Situation realistisch? Kennt ihr ähnliche Fälle? • Wie würdet ihr mit dieser Situation umgehen? Wie würdet ihr euch fühlen? • Welche Konsequenzen könnte das Verhalten der Beteiligten mit sich bringen? • Wie kann eine solche Situation vermieden werden? Welche Schlussfolgerung ist aus dem Fall zu ziehen? 		<p>Verbindungskabel, alternativ: Whiteboard</p>
<p>15-20 Min.</p>	<p>Feedback in sozialen Netzwerken</p> <p>In den sozialen Netzwerken gibt es unterschiedliche Arten von Feedback. Wie kann man zum Ausdruck bringen, dass einem ein Bild, ein Beitrag oder ein Video gefällt? Die Schülerinnen und Schüler gehen jeweils in Zweiergruppen zusammen und setzen sich mit Arbeitsblatt 2 – „Feedback in sozialen Netzwerken“ auseinander.</p> <p>Anschließend werden die Ergebnisse in der Klasse besprochen. Welche dieser Feedbackmöglichkeiten nutzen die Schülerinnen und Schüler am häufigsten? Warum? Worauf achten die Jugendlichen besonders,</p>	<p>Arbeit in Zweiergruppen, anschließende Besprechung in der Klasse</p>	<p>Arbeitsblatt 2 – „Feedback in sozialen Netzwerken“, Stift</p>

	wenn sie eigene Beiträge online stellen? Was ist für sie wichtig?		
3. Stunde			
Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
30-35 Min.	<p>Einschätzung von geposteten Bildern</p> <p>In den vergangenen beiden Stunden haben sich die Schülerinnen und Schüler näher mit dem Phänomen von Selfies und Selbstdarstellung auseinandergesetzt und wurden durch Diskussionen und die Analyse einzelner Fallbeispiele verstärkt für die Umgangsweise mit sozialen Netzwerken sensibilisiert. Im nächsten Schritt wird ein genauerer Blick auf den Wahrheitsgehalt von (Profil-)Bildern und Selfies geworfen. Sind alle Bilder, die wir in den sozialen Netzwerken sehen wahr bzw. realistisch? Kennen die Schülerinnen und Schüler Beispiele, bei denen in das Bild eingegriffen wurde und das entsprechend nicht mehr der Realität entspricht? Wie gehen die Schülerinnen und Schüler mit eigenen Bildern um? Bearbeiten sie diese vor dem Hochladen bzw. bereiten sie ein Foto vor der Aufnahme aufwändig vor? Oder werden tatsächlich spontane Aufnahmen</p>	Einzelarbeit, anschließend Diskussion in der Klasse	Arbeitsblatt 3 – „Einschätzung von geposteten Bildern“, Stift, Arbeitsblatt 3 – „Einschätzung von geposteten Bildern“ - Lösungen

	<p>gemacht, die ungefiltert und unbearbeitet online gestellt werden?</p> <p>Auf dem Arbeitsblatt 3 – „Einschätzung von geposteten Bildern“ geht es ebenfalls darum, sich ein Bild aus einem sozialen Netzwerk genauer anzusehen und in einem weiteren Schritt zu beurteilen. In welcher Situation könnte das Bild entstanden sein? Warum hat die Person das Bild gepostet? Welche Gründe könnte sie gehabt haben? Ist das Bild bearbeitet? In Einzelarbeit beantworten die Schülerinnen und Schüler die Fragen und besprechen sie anschließend in der Klasse. Welche unterschiedlichen Ergebnisse wurden gefunden? Welchen Eindruck haben die Schülerinnen und Schüler von der Person?</p> <p><i>Hinweis: Um gemeinsam mit den Schülerinnen und Schülern etwas intensiver über den Einfluss von Bildern auf unser Denken und Handeln zu sprechen, können wichtige Infos auf Arbeitsblatt 3 bei den Lösungen des Arbeitsmaterials gefunden werden. Ebenfalls sind dort die Antworten auf die Fragen des Arbeitsblatts und das Originalfoto zur Ansicht und Diskussion festgehalten.</i></p>		
<p>10-15 Min.</p>	<p>Bildmanipulation im Vergleich</p> <p>Die Internetseite sharkpixel.com bietet einen umfassenden Einblick in bearbeitete Fotos. Gerade der Bereich „Beauty“, der unter dem Reiter „Portfolio“ zu finden ist, bringt mit seinen Vorher-Nachher-</p>	<p>Analyse einzelner Bilder, Einsicht in die Manipulation von Bildern, Diskussion in der Klasse</p>	<p>Whiteboard mit Internetanschluss, alternativ Beamer, Computer mit Internetanschluss, Verbindungskabel,</p>

	Eindrücken die Beobachtenden oftmals zum Staunen. Die Lehrkraft zeigt den Schülerinnen und Schülern eine Auswahl der Bilder und bietet anschließend das unbearbeitete Bild an (indem mit der Maus über das Bild gefahren wird). Was denken die Schülerinnen und Schüler? Sind große Unterschiede erkennbar?		Internetseite www.sharkpixel.com
4.-5. Stunde			
Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
45 Min.	<p>Vorbereitung einer Umfrage</p> <p>Um die Thematik zu Selfies und Selbstdarstellung weiter zu vertiefen, bereiten die Schülerinnen und Schüler in Kleingruppen eine kurze Umfrage vor. Diese Umfrage soll insgesamt 3 bis 4 Fragen enthalten, die von den Gruppen frei gewählt werden. Dazu diskutieren sie erst einmal Gruppenintern, welche Fragen sie persönlich besonders interessant zu dem Thema finden. Was soll das Ziel ihrer Umfrage sein? Was möchten sie in Erfahrung bringen?</p> <p>Wichtig ist, dass die Fragen offen gestellt werden, also nicht mit JA oder NEIN beantwortet werden können, sondern eine ausführlichere Antwort</p>	Arbeit in Kleingruppen (ca. 3 Personen)	Stifte, Papier

	<p>bedürfen. Hier einige Beispiele an interessanten Fragen für eine Umfrage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falls du in sozialen Netzwerken aktiv bist, wie häufig postest du Bilder, Videos oder Texte von dir oder aus deinem Alltag? • Zeigst du dich in sozialen Netzwerken als die gleiche Person, die hier vor mir steht? Warum (nicht)? • In wie vielen sozialen Netzwerken bist du aktiv und wie viele Follower hast du? • Welche Fotos sollte man auf keinen Fall in sozialen Netzwerken veröffentlichen? • Welche Auswirkungen kann es haben, wenn ich ein Foto ins Internet stelle? • In Werbeanzeigen oder auf Bildern von professionellen Fotografen werden die gezeigten Inhalte häufig manipuliert. Nenne mir bitte ein paar Punkte, die man auf einem Foto manipulieren kann und wie? <p>Um unterschiedliche Fragen innerhalb der einzelnen Gruppen zu gewährleisten, werden nach einiger Vorbereitungszeit die Fragen an der Tafel festgehalten und schließlich in den Teams verteilt. Somit können mehr Themenbereiche behandelt und mehr interessante Antworten gesammelt werden.</p>		
--	--	--	--

<p>Umsetzung</p>	<p>Umsetzung der Umfrage</p> <p>Die Umsetzung der Umfrage kann in einer großen Pause auf dem Schulhof stattfinden. Hierzu werden die Einzelgruppen mit Aufnahmegeräten oder Smartphones mit Aufnahme-App ausgestattet und suchen pro Gruppe mindestens vier Personen, die auf die Fragen antworten wollen. Dabei sind einige Punkte zu berücksichtigen, die in den didaktischen Hinweisen eingesehen werden und mit den Schülerinnen und Schülern besprochen werden können.</p>	<p>Aktive Arbeit in Kleingruppen</p>	<p>Aufnahmegeräte, Smartphone mit Aufnahme-App, Zettel mit ausgearbeiteten Fragen</p>
<p>45 Min.</p>	<p>Auswertung der Umfrage</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler haben nun ein wenig Zeit, um sich die einzelnen Umfragen noch einmal anzuhören und sich die wichtigsten Antworten zu ihren Fragen zu notieren. Was wurde alles gesagt? Welche Schlüsse kann man daraus ziehen? Wie sehen sie ihr eigenes Verhalten in Hinblick auf diese Frage?</p> <p>Haben die Schülerinnen und Schüler gruppenintern ihre Informationen ausgewertet und Notizen gemacht, werden die Ergebnisse in der Klasse vorgestellt. Welche Meinung haben die anderen Schülerinnen und Schüler zu den jeweiligen Fragen? Welche Schlüsse kann die Klasse aus der Umfrage ziehen? Welches Fazit haben sie zum Thema Selfies, Selbstdarstellung und sozialen Netzwerken?</p>		

AB 1 – Meinungsbarometer

Ich bin in sozialen Netzwerken aktiv.

Wenn ja...

- In welchen sozialen Netzwerken bist du aktiv?
- Welche sozialen Netzwerke kennst du?
- Was heißt „aktiv“ für dich? Was machst du in sozialen Netzwerken?

Wenn nein...

- Warum bist du nicht aktiv? Welche Gründe sprechen für dich dagegen?

Ich bin in sozialen Netzwerken, um mich mit Freunden zu unterhalten.

Ich bin in sozialen Netzwerken, um Fotos zu posten.

Wenn ja...

- Welche Art von Fotos postest du in der Regel?
- Bearbeitest du die Fotos oder stellst du das Original ein?
- Wie häufig postest du Fotos?

An sozialen Netzwerken gefällt mir, dass viele Menschen mein Profil und meine Bilder ansehen und bewerten können.

Wenn nein...

- Was gefällt dir besonders an sozialen Netzwerken, wenn du dort aktiv bist?

Wenn ich für ein Foto nur wenige Likes bekomme, bin ich verunsichert.

Wenn ja...

- Warum bist du verunsichert?
- Was stellst du dir vor, könnten die anderen denken?

Wenn ich Fotos von anderen auf sozialen Netzwerken sehe, denke ich oft, dass sie im Vergleich zu mir, ein richtig tolles Leben haben.

Wenn ja...

- Warum glaubst du, ist ihr Leben besser als deins?

AR

Z

I

W

Z

AB 2 – Feedback in sozialen Netzwerken

Sammelt gemeinsam die unterschiedlichen Interaktionsmöglichkeiten in sozialen Netzwerken. Wie kann man deutlich machen, dass einem ein bestimmtes Bild, ein Post oder ein Video gefällt?

AB 3 – Einschätzung von geposteten Bildern

Stelle dir vor, du siehst dieses Foto zufällig in einem sozialen Netzwerk. Schau das Bild genauer an und beantworte danach folgende Fragen.



Einschätzung: Wie findest du das Bild? Was gefällt dir daran? Was findest du weniger ansprechend?

Bewertung: Würdest du dieses Bild liken oder mit einem Kommentar versehen? Wenn ja, welchen Kommentar würdest du schreiben? Wenn nein, warum nicht?

Bearbeitung: Glaubst du, dass das Bild bearbeitet worden ist? Wenn ja, warum?

Gefühlslage: Was sagt dieses Bild über das abgebildete Mädchen aus? Wie könnte sie sich fühlen? In welcher Situation könnte das Bild aufgenommen worden sein? Welchen Grund könnte sie gehabt haben, dieses Bild online zu stellen?

Quellenverzeichnis

Bitte beachten Sie Kapitel 2 im Autorenleitfaden und Anlage 5 des Autorenleitfadens zu den CC-Lizenzen und verwenden Sie ur Materialien, die mit den folgenden Kennzeichnungen versehen worden sind: PD / PDM / CC 0 / CC BY – Namensnennung 4.0 International / CC BY-SA – Namensnennung, Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International.

1. Materialien

Seite	Titel	Urheber*in	Lizenz / Link zur Lizenz	Veränderung (optional)	Ursprungsort (Link) – zuletzt besucht: 19.01.2019
Modul-Coverbild	Erik_Lukatero: Smartphone Social	Erik_Lukatero	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/mobil-telefon-social-media-medien-2563782/
Weitere Bilder	SharonMcCutcheon: Akne, Jugendliche	SharonMcCutcheon	Pixabay Lizenz	Akne entfernt, schwarz-weiß-Filter	https://pixabay.com/de/kampf-akne-selbstliebe-haut-3805349/
	StockSnap: Mädchen, Spiegel	StockSnap	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/menschen-frau-spiegel-bad-2585847/
	geralt: Icon, Polaroid	geralt	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/icon-polaroid-blogger-rss-tumbir-2486501/

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Das LMZ kann mithin keine Verantwortung für den Inhalt externer Internetseiten übernehmen. Die Verwendung verlinkter Internetseiten Dritter obliegt dem alleinigen Verantwortungsbereich des Nutzers.

AB 2 – Feedback in sozialen Netzwerken – Lösung

Sammelt gemeinsam die unterschiedlichen Interaktionsmöglichkeiten in sozialen Netzwerken. Wie kann man deutlich machen, dass einem ein bestimmtes Bild, ein Post oder ein Video gefällt?

- Ein Bild/Post/Video liken (Auf „Gefällt mir“ drücken (Facebook), Ein Herz vergeben (Instagram))
- Einen Kommentar hinterlassen
- Eine Antwort schreiben
- Den Beitrag teilen
- In einem eigenen Beitrag markieren
- Eine persönliche Nachricht schreiben und Lob aussprechen

Möglicherweise finden die Schülerinnen und Schüler weitere Möglichkeiten, um Feedback zu geben, die an dieser Stelle nicht genannt worden sind.

AB 3 – Einschätzung von geposteten Bildern – Lösung

Bearbeitung: Glaubst du, dass das Bild bearbeitet worden ist? Wenn ja, warum?



Das Bild ist in der Tat stark bearbeitet worden. Neben einem Schwarz-Weiß-Filter wurde mit einem Bildbearbeitungsprogramm (kostenfreies Bildbearbeitungsprogramm gimp) die Hautstruktur überarbeitet. Eventuell kann man darauf aufmerksam werden, da einige Stellen der Haut sehr unscharf im Vergleich zum übrigen Teil sind. Das Original ist hier zu sehen:



Gefühlslage: Was sagt dieses Bild über das abgebildete Mädchen aus? Wie könnte sie sich fühlen? In welcher Situation könnte das Bild aufgenommen worden sein? Welchen Grund könnte sie gehabt haben, dieses Bild online zu stellen?

Das Mädchen fühlt sich aufgrund ihrer Akne sehr unwohl in ihrer Haut. Immerzu hat sie das Gefühl, dass die Menschen sie seltsam oder angeekelt anschauen, obwohl der Zustand von Akne bei den meisten Jugendlichen Einzug hält. Sie hat kein Selbstwertgefühl und bevorzugt es zurückgezogen und in der Regel mit hochgeschlossenen Rollkragenpullovern das Maximum ihres Gesichts zu verbergen. Um ihr Selbstbewusstsein zu stärken, bat sie eine enge Freundin bei einem Freibadbesuch darum, ein Foto von ihr zu machen. Dieses hat das Mädchen anschließend Zuhause am Computer bearbeitet und in die sozialen Netzwerke gestellt. Sie bekam viele Likes für das gepostete S/W-Bild und konnte damit eine Zeitlang ihren eigentlichen Zustand vergessen. Für einen kurzen Moment konnte sie nach außen hin jemand sein, der sie in Wirklichkeit nicht ist und dafür Komplimente und Zuspruch sammeln. Persönlich hat ihr das gut getan, auch wenn ihr bewusst ist, dass mit der Rückkehr zur Schule am Folgetag der Traum wieder vorbei wäre. Dennoch fasst sie Mut, schließlich wird die Akne irgendwann ein Ende haben.

Anmerkung:

Dieses Beispiel ist eine nachgestellte Situation einer wahren Begebenheit, mit einem gewählten Foto der Bilderplattform pixabay.

Mit diesem Beispiel soll verdeutlicht werden, wie stark man seine Person nach außen hin mit Hilfe einzelner Bildbearbeitungsprogramme und der sozialen Netzwerke steuern, manipulieren und beeinflussen kann. In diesem spezifischen Fall hat es der Person gutgetan, einmal nicht für ihre Akne belächelt, sondern für das schöne Bild gelobt zu werden. Gleichzeitig ist das Internet, aber auch das Fernsehprogramm voll mit bearbeiteten Models und Stars, um ein Schönheitsideal zu vermitteln, das man in Wirklichkeit so gut wie gar nicht erreichen kann oder gesundheitliche Probleme auslösen kann (z.B. Magersucht). Entsprechend ist es wichtig, den Blick auf Bilder zu schulen. Kann die abgebildete Person/die abgebildete Situation wahr sein? Muss ich wirklich neidisch werden und mir wünschen auch so auszusehen, wenn die Person in Wirklichkeit vielleicht gar nicht der Person auf dem Foto ähnelt? Neben dem Aussehen können u.a. auch Gefühlszustände auf Fotos manipuliert werden. Wie bereits in dem Fallbeispiel 3 aus der vergangenen Stunde hat Maren ein fröhliches Selfie in einem Café gepostet, in der Hoffnung, dass ihre Freundin, mit der sie sich zerstritten hat, es sieht und neidisch wird. Stattdessen aber war Maren eigentlich zum Heulen zumute. Schließlich hat sie ihre beste Freundin verloren.

Oftmals schauen wir uns Bilder in sozialen Netzwerken an, sehen glückliche Menschen, Personen, die sportlich aktiv waren und 15km gerannt sind und werden traurig, weil wir selbst nicht so glücklich oder sportlich wirken, wie die abgebildeten Personen. Dass aber nur ein kurzer Ausschnitt aus dem Leben der anderen festgehalten wurde und die glücklichen Menschen vielleicht gar nicht glücklich sind oder die sportliche Person nur ein Foto von sich in Sportkleidung gemacht hat und die 15km gar nicht wirklich gerannt ist,

käme uns nicht in den Sinn. Es ist wichtig objektiv zu bleiben und sich darum zu bemühen, keine falschen Eindrücke in andere Bilder zu interpretieren. Ebenfalls ist es relevant, dass wir selbst für uns entscheiden, welchen Eindruck ich auf andere machen möchte und wie viel von mir ich wirklich in den sozialen Netzwerken preisgeben will. Es ist ein mittlerweile alter Spruch – „Das Internet vergisst nichts!“ – aber er ist immer noch aktuell und macht uns darauf aufmerksam, dass jedes Bild, jeder Post und jeder Beitrag unsererseits Spuren hinterlassen, die ein bestimmtes Bild von uns kreieren (auch Jahre später noch).



OPEN EDUCATIONAL
RESOURCES
OER Logo - Merkus Bösger (tomstadegit)
für Wikimedia Deutschland e.V. unter
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0
International - CC BY-SA 4.0
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:OER_Logo_Open_Educational_Resources.png

Schaut euch gemeinsam die folgenden Fälle an und diskutiert, deren Verhalten. Haben sich die einzelnen Personen richtig verhalten? Wirkt es realistisch? Wie würdet ihr mit dieser Situation umgehen und in diesem Fall reagieren? Welche Konsequenzen könnte das Verhalten der Personen, aber auch der sonstigen Beteiligten mit sich bringen?

Fall 1:

Leo ist bald mit der Schule fertig und will sich für eine Ausbildung bewerben. Da er weiß, dass potenzielle Arbeitgeber in sozialen Netzwerken schauen, legt er sich ein seriöses Profil auf Xing an. Seine Partybilder postet er entsprechend nur noch auf Facebook.



Fall 2:

Lena postet gerne Selfies und Bilder aus ihrem Alltag in sozialen Netzwerken. Auf ihr letztes Selfie hat sie jedoch fast keine Likes erhalten. Entsprechend entschließt sie sich, es zu schnell zu löschen.



Fall 3:

Maren hat sich mit ihrer besten Freundin zerstritten. Sie ist traurig und greift in einem ersten Impuls zum Handy, um ein trauriges Selfie zu machen und sich damit bei ihr zu entschuldigen. Stattdessen entscheidet sich Maren dafür ein fröhliches Selfie in einem Café zu machen, um ihrer Freundin zu zeigen, dass ihr Leben ohne sie besser ist.



Fall 4:

Fynn stellt eilig ein neues Profilbild von sich im sozialen Netzwerk ein, merkt in der Hektik jedoch nicht, dass man zwei Pickel auf seiner Nase sieht, die rot glänzen. Am nächsten Tag lachen ihn alle in der Klasse aus. Als Fynn nach Hause kommt, löscht er sofort das Bild und stellt ein Foto von seinem Hund als Profilbild ein.



Fall 5:

Emma ist eifersüchtig auf ihre Klassenkameradin, die mit ihren Selfies sehr viele Likes erhält. Entsprechend beschließt die zurückhaltende und schüchterne Emma, verstärkt ihr Äußeres zur Geltung zu bringen und sexy Aufnahmen von sich zu machen, um neue Follower zu gewinnen und mehr Likes zu sammeln.



Unterrichtsmodul 3 – Klassen 7-10

Modulbeschreibung OER-Unterrichtsmodul *Mediale Selbstdarstellung im Internet – Modul 1*

OER-Logo: Markus Büsges (leomaria@design) für Wikimedia Deutschland e.V. unter Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International zu finden unter https://commons.wikimedia.org/wiki/File:OER_Logo_Open_Educational_Resources.png



UNTERRICHTSMODUL

Mediale
Selbstdarstellung im
Internet – Modul 1



<https://pixabay.com/de/autokommunikation-gesprach-3100981/> - Pixabay Lizenz



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons BY-SA 4.0 International Lizenz, d. h. die Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle Landesmedienzentrum Baden-Württemberg, der Webseite www.lmz-bw.de und der Angabe des Autors bzw. der Autorin des Unterrichtsmodules erlaubt. Sollen

über die genannte Lizenz hinausgehende Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabsprachen mit dem Landesmedienzentrum getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an beratungsstelle@lmz-bw.de.

UNTERRICHTSMODUL

Mediale Selbstdarstellung im Internet – Modul 1



<https://pixabay.com/de/autokommunikation-gespräch-3100981/> - Pixabay Lizenz

Autor/-in

Jennifer Madelmond

Zielgruppe/Umfang

Schulart: Weiterführende Schule

Fach: Deutsch, Kunst

Klassenstufe: 7-10

Zeitumfang: 5-6 Stunden

Medien- und Materialbedarf

Computerraum, Internet, Arbeitsblätter (Drucker), Stifte, Tafel, Kreide, bei Bedarf Smartphone zum Erstellen eigener Fotos

Kurzbeschreibung

In diesem Modul setzen sich die Jugendlichen mit dem Bereich „Selbstdarstellung“ auseinander, hinterfragen den Begriff und reflektieren schließlich ihr eigenes Darstellungsverhalten im Internet. In einem weiteren Schritt wird auf den Patchwork-Charakter der Identität ausgegangen und die Jugendlichen für das Filtern von (persönlichen) Informationen sensibilisiert.

CC-Lizenz

CC BY-SA 4.0

Bildungsplanbezug mit Quellenangabe

Deutsch:

- inhaltlich präzise, sprachlich prägnant und klar strukturiert formulieren
- verschiedene Gesprächsformen praktizieren (zum Beispiel Diskussion, Streitgespräch, Debatte, Interpretationsgespräch)
- verschiedene Formen mündlicher Darstellung verwenden: erzählen, nacherzählen, schildern, informieren, berichten, beschreiben, appellieren, argumentieren
- Gespräche sowie längere gesprochene Texte konzentriert verfolgen, ihr Verständnis durch Mitschriften und Notizen sichern, aktiv zuhören
- Textverarbeitungs- und Präsentationsprogramme nutzen
- Informationen aus komplexen linearen und nichtlinearen Texten wiedergeben und kohärent und differenziert darstellen
- das eigene Medienverhalten beschreiben und den eigenen Mediengebrauch reflektieren (zum Beispiel Auseinandersetzung mit Konsumverhalten, Cyber-Mobbing)
- Textfunktionen erkennen und ihre Wirkung beschreiben (zum Beispiel Information, Regulierung, Appell, Selbstdarstellung)
- Sprache als Mittel der Identitätsbildung erkennen und beschreiben
- die Wirkung eines Textes beschreiben und begründen (Textteile und Textganzes)
- die Bedeutsamkeit eines Textes für die eigene Person reflektieren und Textinhalte mit eigenen Erfahrungen vergleichen
- eigene und fremde Lebenswelten beschreiben, differenziert vergleichen und bewerten (Alterität)
- ihren ersten Gesamteindruck eines Bildes, Films, Hörspiels oder einer Theaterinszenierung erläutern und sich damit auseinandersetzen

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lsw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_D.pdf

Gemeinschaftskunde

- sich im Sinne eines Perspektivwechsels in die Situation, Interessen und Denkweisen anderer Menschen versetzen, diese Interessen und Denkweisen simulativ für eine begrenzte Zeit vertreten und das eigene Verhalten in der Rolle reflektieren

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lsw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_GK.pdf

Bildende Kunst

- bei der Suche nach individueller Gestaltung und eigener Lösung Experimentierfreude entwickeln
- das Internet gezielt als Informationsmedium nutzen
- Ordnungen, Funktionen, Wirkungen von Farbe erkennen und auf dieser Grundlage Farb- materialien und Maltechniken erproben und für die eigene Bildidee anwenden

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lsw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_BK.pdf

Medienbildungsschwerpunkte	Teilkompetenzen
<input type="checkbox"/> Information und Wissen	Die Schülerinnen und Schüler sammeln Informationen im Internet und entwickeln im Laufe des Moduls neues Wissen rund um das Thema „Selbstdarstellung“
<input type="checkbox"/> Kommunikation und Kooperation	Erarbeitung einzelner Themen in Kleingruppen oder gemeinsam in der Klasse, Diskussion und Austausch
<input type="checkbox"/> Produktion und Präsentation	Die Schülerinnen und Schüler entwickeln eigene Profile und setzen sich ebenfalls künstlerisch mit dem eigenen ICH auseinander. Die Ergebnisse werden in der Klasse präsentiert und diskutiert.
<input type="checkbox"/> Mediengesellschaft und Medienanalyse (beinhaltet auch Jugendmedienschutz und Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz)	Sensibilisierung für die Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit und der gewünschten/anvisierten Darstellung in der Gesellschaft Hinterfragen einzelner medialer Fallbeispiele und Sensibilisierung für die eigene Handlungsweise
<input type="checkbox"/> Informationstechnische Grundlagen	Sensibilisierung für den Umgang mit persönlichen Daten

1. Didaktisch-methodische Hinweise

1. Stunde

Jugendliche müssen in ihrem Alltag ihre Kontakte und Beziehungen auf sehr vielen Kanälen gleichzeitig pflegen. Entsprechend gibt es für sie heutzutage keinen Unterschied mehr zwischen digitaler und analoger Welt. Alles ist miteinander vernetzt und wird über unterschiedliche Plattformen und Medien erreicht. Für das eigene Identitätsmanagement und die Entwicklung einer Persönlichkeit sind dabei die Rückmeldungen der Freunde, aber auch der Community sehr wichtig. Auf sozialen Netzwerken kann man verschiedene Facetten seiner Person austesten, durch andere Handlungsentwürfe ersetzen und jeweils die Reaktionen der Peergroup einholen. Mehr dazu finden Sie auch im Artikel „Soziale Netzwerke und Messenger : Zwischen Identitäts-Experimenten und Beziehungsmanagement“ auf der Internetseite des LMZ (<https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/social-media/soziale-netzwerke/zwischen-identitaets-experimenten-und-beziehungsmanagement/>).

Begriff „Selbstdarstellung“:

Selbstdarstellung zielt darauf ab, uns vor anderen als die Person zu präsentieren, die wir sind oder von der wir wollen, dass die anderen glauben, dass wir so sind. Unsere Handlungen und Eindrücke, die wir bei anderen hinterlassen werden entsprechend gesteuert und kontrolliert. In welchem Maß diese Einflussnahme stattfindet, ist dabei von Person zu Person verschieden. Es geht bei Selbstdarstellung aber auch darum, zu erkennen, in welcher Situation welche Form der eigenen Darstellung die geeignetste ist, warum und wie sie erreicht werden kann. Diese Vorgehensweise erfordert eine intensive Selbstüberwachung und Sensibilität gegenüber der eigenen Person.

Auszug aus einem Artikel, gefunden auf der Internetseite der Uni Kassel (<http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/stil/selbstdarstellung.pdf>):

„Die Konzepte der Selbstdarstellung oder des impression management wurden von Erving Goffman (1955) in die Sozialwissenschaften eingeführt. Seine Theorie der sozialen Interaktion gründete sich auf einem dramaturgischen Modell, welches das Theater als eine zentrale Metapher des sozialen Lebens sieht. Auf der Bühne präsentiert ein Schauspieler dem anderen bestimmte Selbstaspekte (oder seine Rolle). Goffman meint, dass wir genau dasselbe auch in unserem Alltagsleben veranstalten. Auf der Bühne des Lebens präsentieren wir den anderen Menschen aktiv eine bestimmte „Selbstrolle“, einen bestimmten Ausschnitt aus unserem Bild von uns selbst, um in den Augen derjenigen, an die wir unsere Botschaft richten, einen bestimmten Eindruck zu erwecken oder zu erhalten. Das kann so weit gehen, dass wir alle Hebel in Bewegung setzen, um einen bestimmten Eindruck auch tatsächlich zu forcieren oder bei anderen nahezu legen.“

Beurteilungsbogen:

Die Übung dient der Selbstreflexion der Schülerinnen und Schüler. Welche Umgangsweise haben sie mit Sozialen Netzwerken? Wie aktiv sind sie unterwegs? Wie viele Informationen und Bilder etc. geben sie von sich preis? Die eigene Reflexion hilft dabei, die Schülerinnen und Schüler für ihre eigenen Handlungsweisen zu sensibilisieren und sie darauf aufmerksam zu machen. In weiteren Schritten werden vielerlei dieser Aspekte hinterfragt und mit anderen Übungen vertieft.

Profil von Tamara W.:

Dieses Profil ist ein rein fiktives Profil, das ausschließlich für dieses Unterrichtsmodul erstellt wurde. Inhaltlich werden die Schülerinnen und Schüler (nach genauerer Untersuchung) wahrscheinlich zu unterschiedlichen Schlüssen hinsichtlich Tamaras Person kommen. Während die einen möglicherweise von „oberflächlich“ sprechen, werden andere vielleicht einen Widerspruch zwischen den Chronik-Bildern und dem Profilbild deutlich machen. Warum sieht Tamara auf dem Profilbild so nachdenklich aus, wenn sie

doch vorgibt eine sehr freudige und aufgeschlossene Partygängerin zu sein? In diesem Profil zeigt die erfundene Tamara jedoch nicht alle Seiten ihrer Person. In Wirklichkeit ist sie sehr schüchtern, mag Theater und Bücher und verbringt gerne und viel Zeit Zuhause auf der Couch oder in ihrem Zimmer. Partys findet sie okay, jedoch nicht besonders anziehend. Nachdem aber alle Partymachen besonders toll finden, versucht sie ein anderes Image von sich aufzubauen, das in den Sozialen Netzwerken (siehe Profil) beginnt und Schritt für Schritt auf ihren Alltag übergeht. Ihr Freund, der drei Jahre älter ist, als sie und ihre beste Freundin Anja, sind die einzigen, die ihr wahres Ich wirklich kennen. Anja findet Tamaras Image-Veränderung toll, denn sie liebt Partys über alles. Tamaras Freund wiederum sieht das Ganze skeptisch. Er findet es traurig, dass sie ihre tatsächlichen Interessen versteckt, um den Interessen der Peers zu folgen.

Dieser Konflikt zwischen Tamaras gezielter Selbstdarstellung und ihren tatsächlichen Interessen kann (bei Zeit und Interesse) ebenfalls in der Klasse thematisiert werden. Wie finden die Schülerinnen und Schüler Tamaras Verhalten? Wie würden sie umgehen? Wieso hat Tamara Angst ihre tatsächlichen Vorlieben preiszugeben?

2. und 3. Stunde

Mit der Übung zur Erstellung verschiedener Profile ist wichtig zu verdeutlichen, dass zu viele Informationen oftmals negative Konsequenzen mit sich bringen können, gerade was z.B. die Jobsuche angeht. Auch Partybilder (selbst wenn sie im ersten Moment lustig wirken) haben langfristigen Einfluss auf das Profil und die Tatsache wie andere Menschen die eigene Person wahrnehmen. Ganz nach dem Motto „Erst denken, dann posten!“ soll den Jugendlichen bei der Übung verdeutlicht werden, dass Informationen gefiltert und nicht direkt in ihrer ursprünglichen (und manchmal auch überspitzten) Reinform an die Community weitergegeben werden sollten. Auch wenn man wütend ist, ist der schnelle und impulsive Griff zum Smartphone meist der Falsche. Denn nicht selten werden unüberlegte Dinge veröffentlicht, die man nachher möglicherweise bereut, sich jedoch bereits im Internet verbreiten.

Einen Grad an Sicherheit gewinnt man außerdem durch sogenannte Zugangsbeschränkungen für spezielle Gruppen. Je nachdem, ob man eng mit einer Person befreundet ist oder sie nur einmal gesehen hat, kann ein Nutzer eine sehr persönliche Information beispielsweise nur ausgewählten Freunden zur Verfügung stellen, während eine allgemeinere Information an alle Freunde geschickt wird.

4. und 5. Stunde

Im Spiegel – Leitfaden

[Den Originaltext der Geschichte finden Sie in unserer Mediathek SESAM]

Es gibt sicherlich eine Vielzahl unterschiedlicher Ansätze, um die Geschichte zu interpretieren. Einen möglichen Ansatz finden Sie hier:

Worum geht es in der Geschichte?

In der Kurzgeschichte geht es um den Jugendlichen Achim, der nach einer Auseinandersetzung mit seinen Eltern, vor einem Spiegel in seinem Zimmer sitzt und sich und seine Person betrachtet. Der vorangegangene Streit hatte Achims Fähigkeiten und seine Zukunftsaussichten im Mittelpunkt. Die Eltern sind davon überzeugt, dass er nichts kann und es zu nichts bringen wird. Achim wiederum flieht in sein Zimmer, um das Gesagte zu verarbeiten. Es folgt eine Konfrontation des jungen Mannes mit seinem Spiegelbild, die sich immer weiter zuspitzt und mit dem Zerschlagen des Spiegels endet. Anschließend sucht Achim Zuflucht bei seinen Freunden und lässt den Leser mit einem offenen Ende zurück.

Wie fühlt sich Achim in der Geschichte? Was beschäftigt ihn?

Achim wirkt eingangs völlig neutral und unbeteiligt. Erst im Laufe der Konfrontation mit sich selbst, wird dem Leser ersichtlich, wie sehr ihn das Rollenschema bedrückt, dass ihm seine Eltern auferlegen möchten und wie sehr er mit sich selbst im Konflikt steht. Er hat eine eigene Vorstellung seiner Persönlichkeit und beobachtet dabei sein blasses, ausdrucksloses Gesicht. Wer ist er eigentlich? Was macht ihn aus? Die

„Maske“, die er schließlich mit den Farben Schwarz, Weiß und Blau auf den Spiegel malt, könnten die Persönlichkeit ausdrücken, die er gerade ist, eine Mischform aus den auferlegten Wünschen der Eltern und dem Versuch einer eigenen Identitätsentwicklung. Dass diese „Maske“ ihm jedoch so nicht gerecht wird bzw. nicht zusagt, merkt der Leser an der Tatsache, dass er den Spiegel schließlich zerschlägt. Er wirkt zerrissen und völlig verloren, gleichzeitig orientierungs- und hilflos, was die Aussagen der Eltern („Du kannst nichts!“ etc.) bekräftigt, gleichzeitig aber auch in Frage stellt. Schließlich möchte er genau das – zumindest erhält der Leser diesen Eindruck – eben NICHT sein.

Welche Bedeutung könnte die Maske haben, die Achim auf den Spiegel malt?

Siehe vorherige Frage

Wieso nutzt Achim ausschließlich die Farben Schwarz, Weiß und Blau?

Sowohl Schwarz, Weiß als auch Blau sind sehr kalte und traurige Farben, obwohl Schwarz und Weiß einen sehr starken Kontrast bilden und entsprechend auch die Widersprüchlichkeit in Achims Person widerspiegeln könnten. Warme und frohe Farben, wie Gelb oder Rot nutzt er nicht. Das Rot kommt erst zum Vorschein, als sein Blut über die Hand fließt und er es beim Abschlecken im Gesicht verschmiert. Man könnte diesen Akt auch als Aufbruch in einen neuen Lebensabschnitt sehen, nachdem die traurigen Farben durch den Bruch des Spiegels verschwunden und nur noch die warme Farbe (als Konsequenz auf die kalten Farben) übrig geblieben ist.

Welche Verbindung hat die Kurzgeschichte mit den von euch gesammelten Erfahrungen der letzten Stunden rund um das Thema „Selbstdarstellung“?

Jede Schülerin und jeder Schüler haben sicherlich einen anderen Standpunkt hinsichtlich der Verbindung zwischen Selbstdarstellung und der Kurzgeschichte. Hier ist es spannend, möglichst viele Schülerinnen und Schüler zu Wort kommen zu lassen und die unterschiedlichen Ansätze zu sammeln.

Unterrichtsverlauf zu *Mediale Selbstdarstellung im Internet – Teil 1*, 5-6 Stunden, Klasse 7-10, Deutsch, Gemeinschaftskunde, Kunst, Weiterführende Schule
 Bildungsplanbezug: siehe Modulbeschreibung

1. Stunde

Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
10-15 Min. Bei Umsetzung des Hinweises: 45 Min.	<p>„Selbstdarstellung“ – Ein vielschichtiger Begriff</p> <p>Der Begriff „Selbstdarstellung“ ist ein sehr vielschichtiger Begriff, der heutzutage oft mit den Jugendlichen in Verbindung gebracht wird. Doch was steckt eigentlich dahinter?</p> <p>Gemeinsam mit der Lehrkraft erarbeiten die Schülerinnen und Schüler eine Definition des Begriffs. Was bedeutet „Selbstdarstellung“? Welche Formen von Selbstdarstellung gibt es? Was könnte der Begriff mit „Theater“ zu tun haben (siehe Didaktische Hinweise)?</p> <p>Hinweis: Bei Zeit und Interesse lohnt es sich den Text „Stile der Selbstdarstellung“ (http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/stil/selbstdarstellung.pdf) von der Klasse in Kleingruppenarbeit bearbeiten zu lassen und sich anschließend über die Definition, Aussagen und Wirkungen des Begriffs „Selbstdarstellung“ zu unterhalten.</p>	Arbeit in der Klasse	Tafel, Kreide, Didaktische Hinweise im Anhang (http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/stil/selbstdarstellung.pdf)

<p>15-20 Min.</p>	<p>Wie ich mich selbst darstelle / Meine Sicht auf andere</p> <p>Zur Vertiefung des Begriffs und der Frage der eigenen Selbstdarstellung teilt die Lehrkraft einen Beurteilungsbogen (AB 1) aus, den die Schülerinnen und Schüler jede/r für sich ausfüllen.</p>	<p>Einzelarbeit</p>	<p>Arbeitsblatt 1 – „Beurteilungsbogen: Ich im Netz“, Stift</p>
<p>10-15 Min.</p>	<p>Eigenanalyse</p> <p>Sind die Beurteilungsbögen ausgefüllt, beginnt die Lehrkraft eine Diskussion mit den Schülerinnen und Schülern. Dabei können folgende Fragen gestellt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abfrage: Wer ist bei Facebook aktiv? Wer ist bei Instagram aktiv? Wer ist bei WhatsApp aktiv? Wer ist bei Snapchat aktiv? • Welche sozialen Netzwerke nutzt ihr möglicherweise noch, die bislang nicht genannt wurden? • Warum seid ihr in einem/mehreren sozialen Netzwerk/en aktiv (Beweggründe)? • Worauf achtet ihr besonders bei der Wahl eines Profilbildes und warum? <p>Welche Informationen gebt ihr preis, welche nicht? Welche Interessen werden mit dieser Preisgabe verfolgt?</p>	<p>Diskussion in der Klasse</p>	<p>Ausgefüllte Beurteilungsbögen (Arbeitsblatt 1)</p>
<p>10-15 Min.</p>	<p>Interessensanalyse für andere Profile</p> <p>Durch den ausgefüllten Beurteilungsbogen, ebenso wie durch die darauf anschließende Diskussion, sollten einige Punkte</p>	<p>Diskussion in der Klasse, Einzel-/Gruppenarbeit</p>	<p>Arbeitsblatt 2 – „Profil von Tamara W.“, Didaktische Hinweise</p>

	<p>klargeworden sein, auf die die Schülerinnen und Schüler bei ihren eigenen Profilen besonders Acht geben.</p> <p>Bevor die Lehrkraft nun in der Folge Arbeitsblatt 2 „Profil von Tamara W.“ austeilte, gibt sie den Arbeitsauftrag bekannt: Dieses fiktive Profil von Tamara W. soll mit einem besonderen Blick angeschaut werden. Die Schülerinnen und Schüler sollen besonders darauf achten, welche eigenen Interessen sie mit dem Ansehen des Profils verfolgen (Möchten sie das Alter herausfinden? Wollen sie wissen, ob Tamara in einer Beziehung ist? Schauen sich die Schülerinnen und Schüler intensiv das Profilbild an und versuchen danach die Person zu beurteilen? Vergleichen sich die Schülerinnen und Schüler mit Tamara und werten sie entsprechend auf oder ab?). Welche Informationen interessieren die Schülerinnen und Schüler besonders an anderen Profilen und warum? Neben diesem Profil-Beispiel sollen sich die Schülerinnen und Schüler auch allgemeine Gedanken machen, wie sie in der Regel beim Besuch anderer Profile vorgehen. Was interessiert sie besonders und warum? Könnten sie rein über das Profil von Tamara W. die Person und ihren Lebensstil beurteilen? Welches Bild haben sie von Tamara aufgrund des Profils?</p>		
<p>15-20 Min.</p>	<p>Weiterführende Idee:</p> <p>Bei Zeit und Interesse kann das Profil von Tamara Basis für eine weitere Diskussion sein. Die didaktischen Hinweise geben dazu einen Fall vor, der von den Schülerinnen und Schülern genauer analysiert und besprochen werden kann.</p>	<p>Diskussion in der Klasse</p>	<p>Arbeitsblatt 2 – „Profil von Tamara W.“, Didaktische Hinweise</p>

2. und 3. Stunde			
Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
50-60 Min.	<p>Eine Identität – viele Puzzleteile</p> <p>Die Möglichkeiten, mit denen Jugendliche heutzutage ihren Alltag füllen können, sind immens. Ebenso die Einflussfaktoren, die auf die Heranwachsenden einwirken. Seien es die aktuellen Stars im Fernsehen, im Internet oder auf YouTube-Kanälen, die Peergroups, die Eltern oder die Schule, überall sammeln wir Menschen Informationen, Lebensentwürfe, Vorbilder und Anregungen und basteln sie uns zu unserer eigenen Persönlichkeit zurecht. Je nachdem, welchen dieser Patchwork-Puzzle-Teile man schließlich der Community zeigen möchte, beeinflusst man schließlich auch die Wahl der dargestellten Informationen im eigenen Profil. Die folgenden 60 Minuten gehen auf diese gesteuerte und themenspezifische Darstellung der Persönlichkeit genauer ein.</p> <p>Dabei ist es Aufgabe der Schülerinnen und Schüler von insgesamt drei verschiedenen Interessensbereichen/für drei verschiedene Anlässe ein Profil zu entwickeln. Die Aufgabe wird in Partnerarbeit bearbeitet.</p> <p>Wie würde man sich in einem Profil darstellen, wenn man ...</p>	Partnerarbeit	Computerraum, Arbeitsblatt 3 – „Profil von...“, Stift, Drucker, Kleber, Schere

	<p>... auf Jobsuche ist? ... für die Schülerredaktion kandidiert? ... wenn man leidenschaftlich gerne Partys feiert, aber kein schlechtes Ansehen bei Verwandten oder Lehrern haben möchte, die ebenfalls in dem sozialen Netzwerk angemeldet sind und zufällig das Profil besuchen könnten?</p> <p>Bei Möglichkeit sollte die Aufgabe im Computerraum umgesetzt werden, sodass die Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit haben, ein passendes Profilbild und auch Anregungen und Ideen im Internet zu recherchieren. Als Basis für die Umsetzung dient Arbeitsblatt 3 – „Profil von...“, das jeweils in dreifacher Ausführung an die Schülerinnen und Schüler ausgeteilt wird. Alternativ können die Schülerinnen und Schüler auch ein eigenes Profil direkt am Computer erstellen (beispielsweise in Word oder Powerpoint) und ihre gewünschten Informationen direkt dort einbetten. Die fertigen Profile werden schließlich ausgedruckt.</p> <p>Für das Profilbild können die Schülerinnen und Schüler entweder ein eigenes Foto machen oder von Zuhause mitbringen, alternativ aber auch auf Fotos im Internet zugreifen. Finden sie ein passendes Beispiel, wie sie sich selbst für die jeweiligen Anlässe auf einem Foto darstellen würden? Das Beispielfoto wird schließlich ausgedruckt und auf die Arbeitsblätter geklebt, alternativ in Powerpoint oder Word eingebunden und am Ende mit dem fertigen Profil gedruckt.</p>		
--	---	--	--

15-20 Min.	<p>Um die Profile und deren Wirkung auf andere tiefergehender zu untersuchen, schließen sich jeweils drei der Zweiergruppen zusammen und stellen sich kurz ihre entwickelten Profile vor. Nach jeder Kurzpräsentation überlegen sich die beiden Gruppen, die zugehört hatten, ob das Profil authentisch wirkt (schließlich kennen sie die zwei Personen, die das Profil erstellt haben). Können sie sich vorstellen, dass das Profil so tatsächlich aussehen könnte? Was ist gut an dem Profil hinsichtlich der damit verbundenen Situation? Was ist ausbaufähig?</p>	Diskussion mehrerer Zweiergruppen	Fertige Profile (Arbeitsblatt 3) zu den drei Situationen
10-15 Min.	<p>In der Klasse geben alle Gruppen schließlich ein kurzes Fazit ihrer Arbeit, um auch die anderen Gruppen an den Ergebnissen teilhaben zu lassen. Anschließend kann in der Klasse diskutiert werden, welche Möglichkeiten es, neben der Angabe ausgewählter/gefilterter Informationen, noch gibt. Beispielsweise bieten manche soziale Netzwerke das Einschränken von Rechten an, sodass nur ausgewählte Gruppen Zugriff auf alle Informationen erhalten, während andere nur eingeschränkte Sicht auf das Profil haben (genauere Informationen, beispielsweise zu Facebook siehe www.facebook.com/help/www/393920637330807/)</p>	Diskussion in der Klasse	Fertige Profile (Arbeitsblatt 3) zu den drei Situationen
5-10 Min.	<p>Neben Freunden, der Schule und den Eltern gibt es noch zahlreiche andere Faktoren, die Jugendliche in ihrem Identitätsmanagement beeinflussen. Die Schülerinnen und Schüler sammeln gemeinsam weitere solcher Aspekte, um sich ein besseres Bild der vielfältigen Einflussfaktoren machen zu können.</p>	Diskussion in der Klasse	-

4. und 5. Stunde			
Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
10-15 Min.	Die Lehrkraft teilt den Schülerinnen und Schülern den Text „Im Spiegel“ aus, gibt Ihnen den Auftrag diesen zu lesen und sich grundlegende Gedanken dazu zu machen. Textstellen, die die Schülerinnen und Schüler für relevant halten, können mit einem Stift markiert oder unterstrichen werden.	Einzelarbeit	Kurzgeschichte „Im Spiegel“, Stift
15-20 Min.	Im nächsten Schritt wird die Geschichte genauer unter die Lupe genommen. Hierfür werden Kleingruppen von drei bis vier Personen gebildet und zusätzlich Arbeitsblatt 4 – „Leitfragen zur Kurzgeschichte <i>Im Spiegel</i> “ ausgeteilt. Diese bilden die Basis für die gruppeninterne Diskussion.	Arbeit in Kleingruppen	Kurzgeschichte „Im Spiegel“, Stift, AB 4 - „Leitfragen zur Kurzgeschichte <i>Im Spiegel</i> “
15-20 Min.	Die einzelnen Kleingruppen stellen ihre erarbeiteten Ergebnisse der Klasse vor und besprechen die Inhalte gemeinsam. Welche Interpretationsansätze wurden gefunden? Welche Verbindung hat die Kurzgeschichte mit dem Thema „Selbstdarstellung“? Hierbei kann auch noch einmal auf den Text „Stile der Selbstdarstellung“ aus Stunde 1 zurückgegriffen werden.	Diskussion in der Klasse	Kurzgeschichte „Im Spiegel“, Stift, AB 4 - „Leitfragen zur Kurzgeschichte <i>Im Spiegel</i> “, bei Bedarf: „Stile der Selbstdarstellung“ (http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/stil/selbstdarstellung.pdf)

<p>45-90 Min.</p>	<p>Künstlerische Auseinandersetzung mit dem eigenen Ich</p> <p>In Anlehnung an die Kurzgeschichte „Im Spiegel“, erhalten die Schülerinnen und Schüler die Aufgabe, sich selbst künstlerisch wiederzugeben. Wie sie ihr „Selbstportrait“ umsetzen möchten, bleibt ganz ihnen überlassen. Ob mit Knöpfen, Zeitung, Papier, Farben, einer Fotodokumentation oder einem Kurzfilm, der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist ausschließlich, dass man sich selbst auf eine authentische Weise widerspiegelt.</p> <p>Um den Schülerinnen und Schülern Zeit zum Nachdenken und Vorbereiten zu geben, lohnt es sich, diese Aufgabe am Ende eines Tages anzukündigen und die Umsetzung für den Folgetag einzuplanen.</p>	<p>Einzelarbeit</p>	<p>Unterschiedliche Materialien, je nach Umsetzung der einzelnen Selbstportraits</p>
-------------------	--	---------------------	--

AB 1 – Beurteilungsbogen „Ich im Netz“

Fülle den Beurteilungsbogen aus.

In welchen Sozialen Netzwerken bist du angemeldet und aktiv? Warum?

Wie oft nutzt du die Sozialen Netzwerke?

Benutzt du mehrere Profile im gleichen Netzwerk? Wenn ja, warum?

Welche Angaben machst du bei deinem Profil?

Wie oft veränderst du die Informationen über dich?

Welche Art von Beiträgen/Bildern/Videos postest du in der Regel?

Welche Relevanz hat dein Profilbild? Was erzählt das Bild über dich?

Wie oft veränderst du dein Profilbild?

Welche Art von Informationen tauschst und teilst du mit anderen?

Likest du oft? Was likest du in der Regel?

Schreibst du Kommentare? Wenn ja, zu welchen Bereichen?

Welchen Seiten folgst du?

AB2 - Profil von Tamara W.



Tamara W.

hat 396 Freunde

👤 In einer Beziehung

🎂 15. Januar 2004

🏠 Stuttgart

🚴 Sport: Fahrradfahren, Schwimmen, Fußball, Hockey

🌍 Reisen: Neuseeland, Südafrika, Spanien, USA, Irland, Malle

🏫 Schule: Geschwister-Scholl Gymnasium Stuttgart

🎉 Hobbies: Party, Feiern gehen, Freunde treffen, Chatten

🗨️ Social Links: tamibaby (WhatsApp), tamtam

(Instagram)

Chronik



Tamara W.

15. Dezember 2018



😊 #love #mylifeisbeautiful #partyjahr #yourock #besteband #aftershowparty #ichliebeparty

♥️ 95



Tamara W.

09. Dezember 2018

Mit dir kann man einfach überall abhängen! ist mit [Anja F.](#) unterwegs #bff #homies #joggingforlife #nichtstun #relax #abhängen



♥ 75



Tamara W.

06. Dezember 2018

YES! 15km gerannt! Too proud! ;-) #yesican #runforlife #sportistliebe #abgehtsaufgehts



♥ 61

Comments



Anja F.: Du bist der Hammer, Tamibaby!

AB3 - Profil von _____

FOTO

Name: _____

hat _____ *Freunde*

 Beziehung:

 Geburtstag:

 Wohnort:

 Sport:

 Reisen:

 Schule:

 Hobbies:

 Social Links:

Weitere Bereiche, die du dem Profil vielleicht hinzufügen möchtest:

Chronik

Name:

Datum:

AB4 – Leitfragen zur Kurzgeschichte *Im Spiegel*

Worum geht es in der Geschichte?

Wie fühlt sich Achim in der Geschichte? Was beschäftigt ihn?

Welche Bedeutung könnte die Maske haben, die Achim auf den Spiegel malt?

Wieso nutzt Achim ausschließlich die Farben Schwarz, Weiß und Blau?

Wie wirkt der Text auf euch?

Welche Verbindung hat die Kurzgeschichte mit den von euch gesammelten Erfahrungen der letzten Stunden rund um das Thema „Selbstdarstellung“?

Quellenverzeichnis

Bitte beachten Sie Kapitel 2 im Autorenleitfaden und Anlage 5 des Autorenleitfadens zu den CC-Lizenzen und verwenden Sie ur Materialien, die mit den folgenden Kennzeichnungen versehen worden sind: PD / PDM / CC 0 / CC BY – Namensnennung 4.0 International / CC BY-SA – Namensnennung, Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International.

1. Materialien

Seite	Titel	Urheber*in	Lizenz / Link zur Lizenz	Veränderung (optional)	Ursprungsort (Link) – zuletzt besucht am 19.01.2019
Modul-Coverbild	Geralt: Autokommunikation	Geralt	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/autokommunikation-gesprach-3100981/
Weitere Bilder	Greymbaby: Jugendliche	Greymbaby	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/mädchen-jugendlicher-jung-schöne-375114/
	Free-Photos: Konzert	Free-Photos	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/konzert-menge-publikum-menschen-768722/
	Foundry: Freundinnen	Foundry	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/leben-schönheit-szene-freunde-863037/
	MarioBe: Turnschuhe	MarioBe	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/joggen-laufen-schuhe-turnschuhe-595995/
	Dima_Goroziya: Jugendliche	Dima_Gorozjya	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/mädchen-blumen-modell-porträt-1756727/

2. Weblinks

Titel	URL	Abfragedatum

Text: Zwischen Identitätsmanagement und Beziehungsmanagement	https://www.lmz-bw.de/medien-und-bildung/medienwissen/social-media/soziale-netzwerke/zwischen-identitaets-experimenten-und-beziehungsmanagement	19.12.2018
Stile der Selbstdarstellung	http://www.uni-kassel.de/fb4/psychologie/personal/lantermann/stil/selbstdarstellung.pdf	19.12.2018
Anleitung zu Facebook	https://www.facebook.com/help/www/393920637330807/	20.12.2018

Den Originaltext *Im Spiegel* von Margret Steenfatt finden Sie in unserer Mediathek SESAM

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Das LMZ kann mithin keine Verantwortung für den Inhalt externer Internetseiten übernehmen. Die Verwendung verlinkter Internetseiten Dritter obliegt dem alleinigen Verantwortungsbereich des Nutzers.

Unterrichtsmodul 4 - Klassen 7-10

Modulbeschreibung OER-Unterrichtsmodul *Mediale Selbstdarstellung im Internet: Teil 2*

OERLogo|Markus|Büsges|leomaria|Design|für|Wikimedia|Deutschland|V|Unter|Creative|Commons|Attribution-Share|Alike|3.0|International|zu|finden|unter|@|https://commons.wikimedia.org/wiki/File:OER_Logo_Open_Educational_Resources.png



UNTERRICHTSMODUL	
Mediale Selbstdarstellung im Internet – Modul 2	 <p>https://pixabay.com/de/smartphone-gesicht-frau-mädchen-1618909/ - Pixabay Lizenz</p>



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons BY-SA 4.0 International Lizenz, d. h. die Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle Landesmedienzentrum Baden-Württemberg, der Webseite www.lmz-bw.de und der Angabe des Autors bzw. der Autorin des Unterrichtsmodules erlaubt. Sollen

über die genannte Lizenz hinausgehende Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabsprachen mit dem Landesmedienzentrum getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an beratungsstelle@lmz-bw.de.

<h1>UNTERRICHTSMODUL</h1>	
<p>Mediale Selbstdarstellung im Internet –Modul 2</p>	 <p>https://pixabay.com/de/smartphone-gesicht-frau-mädchen-1618909/ - Pixabay Lizenz</p>
Autor/-in	
Jennifer Madelmond	
Zielgruppe/Umfang	
Schulart: Weiterführende Schule	Fach: Deutsch, Kunst
Klassenstufe: 7-10	Zeitungsumfang: 3-7 Stunden
Medien- und Materialbedarf	
Computerraum, Internet, Arbeitsblätter (Drucker), Stifte, Tafel, Kreide, Smartphone zum Erstellen eigener Fotos/ Digitalkameras, PowerPoint, Plakate	
Kurzbeschreibung	
<p>In diesem Modul setzen sich die Jugendlichen mit dem Bereich <i>Selbstdarstellung</i> auseinander und beschäftigen sich mit dem Unterschied von Realität und arrangierter Realität auf geposteten Bildern (Wahrheit oder Fake?). In einem weiteren Schritt wird auf die Thematik von Vorbildern und Idolen aus sozialen Netzwerken und deren Einfluss auf Jugendliche näher eingegangen. Ein zweiter Teil beschäftigt sich mit der Entwicklung eines Peer-to-Peer-Projekts im Stile von Learning-by-doing.</p>	
CC-Lizenz	
CC BY-SA 4.0	

Bildungsplanbezug mit Quellenangabe

Deutsch:

- inhaltlich präzise, sprachlich prägnant und klar strukturiert formulieren
- verschiedene Gesprächsformen praktizieren (zum Beispiel Diskussion, Streitgespräch, Debatte, Interpretationsgespräch)
- verschiedene Formen mündlicher Darstellung verwenden: erzählen, nacherzählen, schildern, informieren, berichten, beschreiben, appellieren, argumentieren
- Gespräche sowie längere gesprochene Texte konzentriert verfolgen, ihr Verständnis durch Mitschriften und Notizen sichern, aktiv zuhören
- Textverarbeitungs- und Präsentationsprogramme nutzen
- Informationen aus komplexen linearen und nichtlinearen Texten wiedergeben und kohärent und differenziert darstellen
- das eigene Medienverhalten beschreiben und den eigenen Mediengebrauch reflektieren (zum Beispiel Auseinandersetzung mit Konsumverhalten, Cyber-Mobbing)
- Textfunktionen erkennen und ihre Wirkung beschreiben (zum Beispiel Information, Regulierung, Appell, Selbstdarstellung)
- Sprache als Mittel der Identitätsbildung erkennen und beschreiben
- die Wirkung eines Textes beschreiben und begründen (Textteile und Textganzes)
- die Bedeutsamkeit eines Textes für die eigene Person reflektieren und Textinhalte mit eigenen Erfahrungen vergleichen
- eigene und fremde Lebenswelten beschreiben, differenziert vergleichen und bewerten (Alterität)
- ihren ersten Gesamteindruck eines Bildes, Films, Hörspiels oder einer Theaterinszenierung erläutern und sich damit auseinandersetzen

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lbw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_D.pdf

Gemeinschaftskunde

- sich im Sinne eines Perspektivwechsels in die Situation, Interessen und Denkweisen anderer Menschen versetzen, diese Interessen und Denkweisen simulativ für eine begrenzte Zeit vertreten und das eigene Verhalten in der Rolle reflektieren

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lbw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_GK.pdf

Bildende Kunst

- bei der Suche nach individueller Gestaltung und eigener Lösung Experimentierfreude entwickeln
- das Internet gezielt als Informationsmedium nutzen

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lbw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_BK.pdf

Medienbildungsschwerpunkte	Teilkompetenzen
<input type="checkbox"/> Information und Wissen	Die Schülerinnen und Schüler erwerben neue Kenntnisse rund um das Thema „Selbstdarstellung“ und setzen sich eigenständig und in unterschiedlichen Formen mit dem Thema auseinander
<input type="checkbox"/> Kommunikation und Kooperation	Auseinandersetzung mit der eigenen Selbstdarstellung
<input type="checkbox"/> Produktion und Präsentation	Die Schülerinnen und Schüler entwickeln eigene Posts ohne den Einsatz verschönernder Mittel und entwickeln außerdem eine Peer-to-Peer-Präsentation zur Selbstdarstellung für jüngere Schülerinnen und Schüler
<input type="checkbox"/> Mediengesellschaft und Medienanalyse (beinhaltet auch Jugendmedienschutz und Informationelle Selbstbestimmung und Datenschutz)	Sensibilisierung für den Umgang mit persönlichen Daten, Sensibilisierung für die Wirkung und Beeinflussung von Fotos und Bildern Sensibilisierung für die Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit und der gewünschten/anvisierten Darstellung in der Gesellschaft, Manipulation und Beeinflussung durch gezielte Darstellungen auf Bildern
<input type="checkbox"/> Informationstechnische Grundlagen	-

1. Didaktisch-methodische Hinweise

1. - 3. Stunde

Die ersten drei Stunden beschäftigen sich inhaltlich mit dem Unterschied zwischen Realität und der Realität in sozialen Netzwerken. Sind die dort auffindbaren Bilder tatsächlich 1:1 aus der Realität gegriffen oder wird mit Filtern, Bildbearbeitungsprogrammen und anderen Mitteln nachgeholfen, um den Beobachtenden zu beeinflussen bzw. die Wirkung des Bildes anzupassen?

Den Schülerinnen und Schülern soll bewusst werden, dass viele, spontan wirkende Bilder Stunden für die tatsächliche Entwicklung benötigen und ein Bild nicht immer der Wahrheit entspricht. Glückliche Momente, in die Kamera lächelnde Gesichter oder feiernde Personen auf einem Foto muss nicht immer automatisch bedeuten, dass das Leben der abgebildeten Personen so glücklich und ausgelassen ist, wie es auf den Fotos möglicherweise den Anschein macht. Auch in den traurigsten Situationen kann man sich ein Lächeln für ein Foto abzwängen, um eine Identität zu pflegen, die vielleicht nicht dem wahren ICH entspricht. Diese Tatsache, dass ein Foto nur ein kurzer (und manipulierbarer) Augenblick aus dem Alltag ist, spielt eine wichtige Rolle für die Interpretation und Umgangsweise der Jugendlichen mit Bildern in sozialen Netzwerken und soll im Rahmen dieser drei Stunden verdeutlicht werden. Ebenfalls wird in den drei Stunden darauf eingegangen, welche Möglichkeiten der Bildmanipulationen es gibt und welche Beweggründe viele Menschen haben, diesen Schritt der Manipulation zu gehen.

4. - 7. Stunde

Prezi (<https://prezi.com/>)

Prezi ist ein Online-Präsentationsprogramm, mit dem man kreative und interaktive Präsentationen entwickeln kann. Möglicherweise bildet dieses Tool eine interessante Abwechslung zu klassischen Programmen wie PowerPoint und regt in besonderer Weise die Kreativität der Schülerinnen und Schüler an. Mit einem „Basic“-Account können die grundlegenden Werkzeuge von Prezi kostenfrei genutzt werden. Um sich eine Idee von Aussehen und Wirkung des Programms zu machen, können auf der Internetseite (<https://prezi.com/presentation-template>) einzelne Beispiel-Templates angesehen werden.

Peer-to-Peer-Projekt

Mit dem Peer-to-Peer-Projekt, bei dem die Jugendlichen in Kleingruppen eine Präsentation zur Selbstdarstellung für jüngere Schülerinnen und Schüler erstellen sollen, wird der Learning-by-Doing-Ansatz verfolgt. Eigenständig fassen sie Informationen des bisherigen Unterrichtsmoduls zusammen, setzen sich eigene Schwerpunkte, reflektieren ihre persönliche Umgangsweise mit Bildern und Darstellungen in sozialen Netzwerken und sammeln darauf aufbauend weitere Informationen, die sie in einer kreativen Präsentation zusammenfassen. Um schließlich auch die eigene Klasse an den Ergebnissen teilhaben zu lassen, werden in einer Übungsrunde die Präsentationen vorgestellt und deren Inhalte besprochen und diskutiert. In einem nächsten Schritt werden die Präsentationen tatsächlich Schülerinnen und Schülern der fünften und sechsten Klasse gezeigt. Dieser Schritt bildet eine zusätzliche Motivation, um sich inhaltlich tiefgründig und konkret mit dem Thema auseinanderzusetzen und das eigene Handeln zu reflektieren bzw. vielleicht auch in Frage zu stellen.

Unterrichtsverlauf zu „Mediale Selbstdarstellung im Internet“
3-7 Stunden, Klasse 7-10, Deutsch, Kunst, Weiterführende Schule
Bildungsplanbezug: siehe Modulbeschreibung

1. - 3. Stunde

Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
25-30 Min.	<p>Wahrheit oder Fake? – „Are you living an Insta Lie?“</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler schauen sich gemeinsam mit der Lehrkraft die Präsentation „Ein Tag auf Instagram an“ und gehen die einzelnen Instagram-Beiträge durch. Zu jedem Bild wird ein Urteil abgegeben und einzelne Punkte genauer besprochen (siehe Titelseite der Präsentation).</p> <p>Gerade der Aspekt der „Bildmanipulation“ bzw. der Beeinflussung des Gesehenen auf einem Bild, um mehr Likes und Follower zu erhalten, kann an dieser Stelle noch einmal weiter in den Vordergrund gerückt werden. Welche Strategien kennen die Schülerinnen und Schüler? Welche Möglichkeiten gibt es konkret in sozialen Netzwerken (man denke dabei an Filter, um ein Bild weicher, schöner, kontrastreicher etc. erscheinen zu lassen)? Die Klasse sammelt gemeinsam die einzelnen Aspekte mit der Lehrkraft an der Tafel.</p>	Diskussion in der Klasse, Analyse einer Präsentation	PPT-Präsentation – Ein Tag auf Instagram, Beamer, Computer, Verbindungskabel, alternativ: Whiteboard, Tafel, Kreide

<p>10-15 Min.</p>	<p>Nach einer Diskussion über die einzelnen Posts und den Eindruck, den sie auf die Schülerinnen und Schüler gemacht haben, zeigt die Lehrkraft die PowerPoint-Präsentation „Ein Tag auf Instagram (Auflösung)“, in dem der Hintergrund zu den einzelnen Beiträgen näher beleuchtet wird. Wie hoch war der tatsächliche Aufwand für das jeweilige Foto?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie natürlich ist das Bild? • Wird die Wahrheit dargestellt? • Welchen Eindruck haben die Schülerinnen und Schüler, nachdem sie die Auflösung der Bilder gesehen haben? • Wie gehen die Schülerinnen und Schüler für eigene Bilder und Aufnahmen vor? • Welche Gründe könnte es haben, dass die einzelnen Charaktere der Präsentation einen solchen Aufwand für ihre Fotos betreiben? 	<p>Diskussion in der Klasse</p>	<p>PPT-Präsentation – Ein Tag auf Instagram (Auflösung), Beamer, Computer, Verbindungskabel, alternativ: Whiteboard</p>
<p>10-15 Min.</p>	<p>Die Lehrkraft zeigt den Schülerinnen und Schülern den ca. 3-minütigen Kurzfilm „Are you living an Insta Lie?“ auf YouTube (https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw) und bespricht anschließend das Gesehene.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie sind die einzelnen Personen vorgegangen? • Wie schätzt ihr generell ihren Lebensalltag ein? 	<p>Gemeinsames Ansehen eines Films, Diskussion des Gesehenen</p>	<p>Kurzfilm „Are you living an Insta Lie?“ (YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw) Beamer, Computer mit Internetverbindung, Verbindungskabel, alternativ: Whiteboard mit Internetverbindung</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Warum, glaubt ihr, posten die einzelnen Personen ein solches Bild, wenn es doch gar nicht der Wahrheit entspricht? Was wollen sie damit erreichen/ Welche Absichten haben sie? • Wie, glaubt ihr, reagieren die Follower? Denkt dabei auch einmal an euch, wenn ihr ein Bild von einer perfekt aussehenden Person seht, die gerade aufgestanden ist. Oder was denkt ihr, wenn ihr gerade in einer sehr depressiven Phase seid und Menschen in einem Post seht, die glücklich und fröhlich in die Kamera schauen? Wie geht es euch dabei? Warum könnte das so sein? • Habt ihr auch schon einmal ein solches Bild gepostet? Warum (nicht)? • Welche Alternativen hätten die Personen, anstatt ebenjenes Bild zu posten? 		
40-45 Min.	<p>Realität versus arrangierte Realität</p> <p>Wie sähe Instagram oder andere soziale Netzwerke aus, wenn ausschließlich Bilder gepostet würden, die vorher nicht zuerst arrangiert, mit einem Filter verschönert oder angepasst worden sind und entsprechend ganz natürlich aus dem Alltag übernommen wurden? In Anlehnung an den Kurzfilm und die zuvor analysierte Präsentation erstellen die Schülerinnen und Schüler in Kleingruppen einen eigenen Tag auf Instagram ohne Filter, Verschönerungen oder ähnliches zu nutzen, um einen</p>	Arbeit in Kleingruppen (ca. 2-3 Personen)	PPT „Euer Tag auf Instagram“, Digitalkameras oder eigenes Smartphone, Computerraum

	<p>„falschen“ Eindruck des eigenen Alltags zu vermitteln. Mit dieser Übung soll der Kontrast zwischen Realität und „arrangierter/korrigierter Realität in sozialen Netzwerken“ verdeutlicht werden. Als Vorlage für diese Übung dient die PowerPoint-Präsentation „Euer Tag auf Instagram“, die schließlich mit eigenen Bildern und Texten gefüllt werden soll.</p> <p><i>Hinweis: Manche Bilder müssen eventuell Zuhause (entsprechend der darzustellenden Situation) erstellt werden, entsprechend sollte diese Übung entweder am Folgetag umgesetzt oder frühzeitig angekündigt werden.</i></p>		
<p>20-25 Min.</p>	<p>Vorstellung der Präsentationen</p> <p>Die fertigen PowerPoint-Präsentationen werden schließlich in der Klasse präsentiert und besprochen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welchen Eindruck machen die erstellten Posts/Beiträge im Vergleich zu den Beiträgen aus dem Kurzfilm? • Was denken die Produzent/en/innen über ihren Beitrag? • Wie haben sie sich bei der Erstellung gefühlt? • Würden sie die Bilder so ins Internet stellen? Warum/warum nicht? • Was denken die anderen Schülerinnen und Schüler über die einzelnen Beiträge? 	<p>Diskussion in der Klasse</p>	<p>Beamer, Computer, Verbindungskabel, alternativ: Whiteboard, fertige PowerPoint-Präsentationen</p>

<p>10-15 Min.</p>	<p>Vom einfachen Menschen zum Topmodel</p> <p>Nachdem die Schülerinnen und Schüler in der Klasse den Unterschied zwischen realen und arrangierten Beiträgen näher beleuchtet und auch deren Gründe hinterfragt haben, gehen sie einen weiteren Themenbereich an, der eng mit dieser <i>Darstellung von Welt</i> zusammenhängt: die Welt und Darstellung von Vorbildern und Idolen. Dazu sammeln die Schülerinnen und Schüler einige Beispiele von bekannten Persönlichkeiten, denen sie folgen und die sie als Vorbilder haben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was macht diese Personen so besonders? • Warum sind diese Personen Vorbilder? • Denken die Schülerinnen und Schüler, dass der dargestellte Alltag und ihre Person der Wirklichkeit entsprechen? Warum? Warum nicht? 	<p>Diskussion in der Klasse</p>	<p>-</p>
<p>5-10 Min.</p>	<p>Gemeinsam schaut die Klasse den einminütigen Kurzfilm an und beobachtet dabei, wie aus einer einfachen Person ein Supermodel gemacht wird. (Film: https://www.youtube.com/watch?v=AKIVyUJw3TM).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was hat der Film mit Vorbildern, Idolen und Selbstdarstellung zu tun? • Wie wird aus der Person ein Supermodel? 	<p>Anschauen und Besprechen eines Kurzfilms auf YouTube</p>	<p>Beamer, Computer mit Internetanschluss, Verbindungskabel, alternativ: Whiteboard mit Internetanschluss, Film auf YouTube</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Was will dieser Kurzfilm über unsere visuelle Wahrnehmung von Bildern und Persönlichkeiten sagen? • Bilder können oft auch einen falschen Eindruck einer Person erwecken. Wieso? Wie kann man das beeinflussen? 		
<p>20-25 Min.</p>	<p>Wie stelle ich mich selbst dar?</p> <p>In den vergangenen 2,5 Stunden, haben sich die Schülerinnen und Schüler intensiv mit dem Begriff „Realität“ in Bezug auf Selbstdarstellung in sozialen Netzwerken auseinandergesetzt. Sicherlich sind bei den einzelnen Diskussionen Punkte gefallen, die genauer beschreiben, wie sich die Schülerinnen und Schüler selbst darstellen möchten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Worauf wollen sie achten? • Was ist ihnen wichtig? • Wo ist Vorsicht geboten? <p>In Kleingruppen erstellen die Schülerinnen und Schüler Plakate mit den für sie wichtigsten Aspekten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was haben sie aus der vergangenen Einheit mitgenommen? • Wie sind sie bislang mit Bildern in sozialen Netzwerken umgegangen? • Haben die Filme und Beiträge etwas an ihrer Vorstellung verändert? 	<p>Entwicklung von Plakaten in Kleingruppen (Fazit der 3 Stunden)</p>	<p>Plakate, Stifte</p>

	Für die Plakate gibt es kein Richtig und kein Falsch. Wichtig ist, dass jede Kleingruppe ein Fazit der vergangenen Stunden erstellt, das einen Ein-/Überblick zu den Vorstellungen der Gruppe gibt.		
10-15 Min.	Nachdem die Schülerinnen und Schüler ein Plakat mit ihrem persönlichen Fazit entwickelt haben, werden die Ergebnisse in der Klasse vorgestellt und besprochen. Welche Ideen, Hinweise, Aspekte oder Richtlinien haben die Schülerinnen und Schüler mitgenommen? Welche Erkenntnisse wurden aus den vergangenen drei Stunden gezogen?	Diskussion und Präsentation in der Klasse	Fertiggestellte Plakate
<p>4. - 7. Stunde</p> <p><i>Hinweis: In der Folge soll ein Projekt ausgearbeitet werden, das auch jüngere Schülerinnen und Schüler für die Thematik „Selbstdarstellung“ sensibilisieren soll. Dieses Projekt ist jedoch nicht verpflichtend. Entsprechend kann das Modul auch nach der dritten Stunde abgeschlossen werden.</i></p>			
Zeitraumen	Unterrichtsinhalt	Arbeitsform/Methode	Medien/Arbeitsmaterial
90-135 Min.	<p>Vorbereitung eines Vortrags für jüngere Schülerinnen und Schüler</p> <p>Um sich intensiver mit der Thematik zur Selbstdarstellung und der Umgangweise von Bildern in sozialen Netzwerken auseinanderzusetzen, bereiten die Schülerinnen und Schülern in Gruppen von ca. 4-5 Personen jeweils einen 10- bis 15-minütigen Vortrag für Schülerinnen und Schüler der</p>	Gruppenarbeit (Arbeit an einem Projekt)	Computerraum, Zugang zum Internet, Präsentationsprogramme wie PowerPoint oder Prezi (www.prezi.com), Blätter, Stifte, Materialien je nach Bedarf der Schülerinnen und Schüler, Arbeitsblatt 1 –

	<p>Klassen 5/6 vor. Als Basis dient das Arbeitsblatt 1 „Vortrag rund um Selbstdarstellung“ im Arbeitsmaterial. Die Inhalte können jedoch ganz frei von den Schülerinnen und Schülern gewählt werden. Was halten die Gruppen für besonders relevant? Was sollten jüngere Schülerinnen und Schüler unbedingt wissen?</p> <p>Gemeinsam erarbeiten die Schülerinnen und Schüler der einzelnen Gruppen die Inhalte ihres Vortrags und erstellen eine Präsentation (PowerPoint oder beispielsweise Prezi – siehe didaktische Hinweise). Sollten die Gruppen eine Idee haben, um die jüngeren Schülerinnen und Schüler eine praktische Übung umsetzen zu lassen oder aktiv im Vortrag mit einzubinden, kann diese mit der Lehrkraft besprochen und weiter ausgearbeitet werden. Ein Vortrag ist immer interessanter und lehrreicher, wenn nicht nur zugehört werden, sondern auch aktiv interagiert werden muss (bspw. mit Quizfragen oder einem Meinungsbarometer – siehe Arbeitsblatt 2 im Arbeitsmaterial). Welche Ideen haben die einzelnen Gruppen, um ihren Vortrag interessanter zu gestalten?</p>		<p>„Vortrag rund um Selbstdarstellung“, Arbeitsblatt 2 – „Methoden zur Einbindung der Zuhörerinnen und Zuhörer in den Vortrag“</p>
<p>45-90 Min.</p>	<p>Präsentation der Gruppenarbeiten in der Klasse</p> <p>Um die Präsentation vor Publikum zu üben und die anderen Kleingruppen an den erarbeiteten Inhalten teilhaben zu lassen, werden die einzelnen Ergebnisse in der Klasse vorgestellt. Jede Kleingruppe setzt</p>	<p>Präsentation der einzelnen Vorträge, Übung, Sensibilisierung</p>	<p>Fertige Präsentationen, benötigtes Material für den Vortrag, Beamer, Computer, Verbindungskabel, alternativ Whiteboard</p>

	entsprechend ihre ausgearbeitete Präsentation um und testet (falls vorhanden) die praktische Methode zur Einbindung der Zuhörerinnen und Zuhörer aus.		
	<p>Hinweis:</p> <p>In Absprache mit den Klassenstufen 5 und 6 können die Präsentationen schließlich vor dem jüngeren Publikum vorgestellt und die Schülerinnen und Schüler entsprechend für das Thema „Selbstdarstellung“ sensibilisiert werden. Es bietet sich an, eine Präsentation pro Klasse umzusetzen, sodass alle fünften und sechsten Klassen in den Genuss eines Vortrags kommen und in diesem Rahmen ein breiteres Publikum angesprochen wird.</p>		

AB 2 – Methoden zur Einbindung der Zuhörerinnen und Zuhörer in den Vortrag

Quizfragen

Um die Schülerinnen und Schüler in den Vortrag einzubinden, könnt ihr euch (passend zum Thema) einzelne Quizfragen überlegen und im Vortrag einbinden. Entweder wird im Laufe des Vortrags immer mal wieder eine Quizfrage gestellt, um die Aufmerksamkeit kontinuierlich zu halten, oder es wird am Anfang/ Ende der Veranstaltung ein richtiges Quiz umgesetzt, dass in die Thematik einführt/ das Thema zusammenfasst.

Meinungsbarometer

Ein Meinungsbarometer eignet sich, um die Meinungen und Einstellungen der Schülerinnen und Schüler einzuholen und in der Gruppe zu diskutieren. Hierfür überlegt ihr euch einige Aussagen, wie zum Beispiel: „Ich poste regelmäßig Selfies von mir und meinem Alltag in sozialen Netzwerken“ oder „Ich glaube, es ist gefährlich zu viel über sich selbst im Internet preiszugeben“. Achtet dabei darauf, dass man bei allen gewählten Aussagen auf JA oder NEIN antworten kann. Zusätzlich bastelt ihr ein DIN A 4 Papier mit der Aufschrift „JA“ und ein DIN A4 Papier mit der Aufschrift „NEIN“, die schließlich an zwei unterschiedlichen Orten im Raum auf den Boden gelegt werden. Lest nun die erste Aussage vor, wobei die Schülerinnen und Schüler, je nach Meinung, sich der Antwort „JA“ oder der Antwort „NEIN“ im Raum zuordnen. Anschließend kann nachgehakt werden, z.B. bei JA: „Warum postest du regelmäßig Selfies von dir? Was gefällt dir daran?“.

Es entsteht Bewegung im Raum, alle Schülerinnen und Schüler werden aktiv eingebunden und können anschließend an der kleinen Diskussion teilhaben. Wichtig ist, dass die Diskussion nicht zu lange dauert, um die Aufmerksamkeit zu bewahren und die Methode nicht zu langwierig zu gestalten.

Quellenverzeichnis

Bitte beachten Sie Kapitel 2 im Autorenleitfaden und Anlage 5 des Autorenleitfadens zu den CC-Lizenzen und verwenden Sie ur Materialien, die mit den folgenden Kennzeichnungen versehen worden sind: PD / PDM / CC 0 / CC BY – Namensnennung 4.0 International / CC BY-SA – Namensnennung, Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International.

1. Materialien

Seite	Titel	Urheber*in	Lizenz / Link zur Lizenz	Veränderung (optional)	Ursprungsort (Link) – zuletzt besucht am 19.01.2019
Modul-Coverbild	geralt: Mädchen, Smartphone	Geralt	Pixabay Lizenz	zugeschnitten	https://pixabay.com/de/smartphone-gesicht-frau-mädchen-1618909/
Weitere Bilder	StockSnap: Frau Lesen	StockSnap	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/menschen-mädchen-allein-sitzen-2604837/
	Free-Photos: Schreibtisch	Free-Photos	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/laptop-pause-kaffee-technologie-1209008/
	366308: Frau Sexy	366308	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/selfie-frauen-sexy-sexy-frau-bella-429448/
	pcdazero: Mann Alpen	Pcdazero	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/selfie-mann-berg-kleine-dolomiten-501994/
	Pexels: Bett Frau	Pexels	Pixabay Lizenz		https://pixabay.com/de/schöne-bett-decke-mädchen-hübsch-1867923/

2. Weblinks

Titel	URL	Abfragedatum
Prezi	www.prezi.com	03.01.2019
Shocking Female Model Body	https://www.youtube.com/watch?v=AKIVyUJw3TM	03.01.2019
Are you living an Insta Lie?	https://www.youtube.com/watch?v=0EFHbruKEmw	03.01.2019

Soweit Inhalte des Angebotes des LMZ auf externe Internetseiten verweisen, hat das LMZ hierauf keinen Einfluss. Das LMZ kann mithin keine Verantwortung für den Inhalt externer Internetseiten übernehmen. Die Verwendung verlinkter Internetseiten Dritter obliegt dem alleinigen Verantwortungsbereich des Nutzers.



OER Logo - Merkus Bösger (bomstadel) für Wikimedia Deutschland e.V. unter Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International - 2019-01-01
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:OER_Logo_-_Open_Educational_Resources.png

Erstellt einen eigenen fiktiven Instagram-Post, bestehend aus einem Foto und einem kurzen Text zu verschiedenen Situationen (siehe folgende Folien).

Zeigt die Situation wahrheitsgemäß (ohne Filter, vorheriges Aufräumen oder Schminken etc.), auch wenn ihr das Bild später vielleicht nicht auf Instagram posten würdet.



Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Ihr seid gerade eben aufgewacht.





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Euer Frühstück bevor ihr zur Schule geht.





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Du und dein bester Freund/Freundin in der Pause.





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Du nach einer sehr anstrengenden, sportlichen Aktivität.





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Du bei deiner Lieblingsaktivität.





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Du bei einer typischen Beschäftigung am Abend.





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Wähle eine beliebige Situation!





Euer Name

14. Dezember 2018

Situation: Wähle eine beliebige Situation!



Schaut euch die einzelnen Instagram-Posts an und gebt ein Urteil ab.

Hier einige Fragen, die bei der Analyse der Posts helfen können:

- Was fällt euch an den Beiträgen auf?
- Würdet ihr ein ähnliches Bild wählen? Warum (nicht)?
- Glaubt ihr, dass die Bilder tatsächlich spontan in diesem Moment aufgenommen wurden?
- Welche Mittel und Strategien kennt ihr, um mit einem Bild mehr Likes/Follower zu erhalten?
- Würdet ihr dieses Bild liken? Warum (nicht)?



Elena P.

14. Dezember 2018

Gerade aufgewacht! Guten Morgen, liebe Welt!
#lifeisbeautiful #goodmorning



❤ 141



Moritz M.

14. Dezember 2018

Organisation auf dem Schreibtisch und im Kopf. Und dann ein Kaffee!

#organisationistalles #kingofcoffee #ordnungsreak



♥ 46



Paul F.

14. Dezember 2018

Yes! 1.900 Höhenmeter zu Fuß geschafft! In Rekordzeit!
#sportrules #jedentageineneueherausforderung #nevergiveup



♥ 56



Jane_Austen2411

14. Dezember 2018

Spontan Lust gehabt, im Park zu lesen!
#booklove #spontangewinntimmer #booksforlife #bücherwurm



❤️ 79



Susanna T.

14. Dezember 2018

Die Mega Party kann beginnen!
#feiernbiszumrot #keinaugezu
#partytime #dancedancebaby



❤️ 59

Hinweis

Alle gezeigten Posts, Namen, Bilder und Anmerkungen sind fiktiv und wurden ausschließlich für dieses Unterrichtsmodul angepasst. Die Fotos stammen von der Bilderplattform Pixabay, die Kommentare wurden frei (und nach Bedarf) erstellt.



OER Logo - Merkus Bösger (bomstade) für Wikimedia Deutschland e.V. unter Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International - https://commons.wikimedia.org/wiki/File:OER_Logo_Open_Educational_Resources.png

Auflösung

Schaut euch die einzelnen Instagram-Posts an und gebt ein Urteil ab.

Hier einige Fragen, die bei der Analyse der Posts helfen können:

- Was fällt euch an den Beiträgen auf?
- Würdet ihr ein ähnliches Bild wählen? Warum (nicht)?
- Glaubt ihr, dass die Bilder tatsächlich spontan in diesem Moment aufgenommen wurden?
- Welche Mittel und Strategien kennt ihr, um mit einem Bild mehr Likes/Follower zu erhalten?
- Würdet ihr dieses Bild liken? Warum (nicht)?



Elena P.

14. Dezember 2018

Gerade aufgewacht! Guten Morgen, liebe Welt!
#lifeisbeautiful #goodmorning



❤️ 141

Elena benötigte 30 Minuten, um sich zurecht zu machen (Make-Up, Haare...) und bat danach ihre Mitbewohnerin ein Foto zu machen. Insgesamt entstanden 43 Fotos, für die sie weitere 30 Minuten benötigten. Zuletzt hat Elena das gewählte Bild mit einem Filter verschönert und zugeschnitten.



Moritz M.

14. Dezember 2018

Organisation auf dem Schreibtisch und im Kopf. Und dann ein Kaffee!

#organisationistalles #kingofcoffee #ordnungsfreak



♥ 46

Moritz räumte über eine Stunde seinen Schreibtisch auf und bemühte sich um eine angemessene Beleuchtung, um dieses Bild zu machen. Für das perfekte Bild investierte er weitere 20 Minuten. Kurz danach sah der Schreibtisch schon nicht mehr so aus...



Paul F.

14. Dezember 2018

Yes! 1.900 Höhenmeter zu Fuß geschafft! In Rekordzeit!
#sportrules #jedentageineneueherausforderung #nevergiveup



♥ 56

Paul hat tatsächlich nur ein Foto gemacht und anschließend 5 Minuten investiert, um sein Gesicht zu mattieren, das ursprünglich glänzender war. Es ist nur ein geringer Eingriff in die Realität.



Jane_Austen2411

14. Dezember 2018

Spontan Lust gehabt, im Park zu lesen!

#booklove #spontangewinntimmer #booksforlife #bücherwurm



❤️ 79

Jane_Austen2411 alias Marina wurde an diesem Tag von ihrer besten Freundin begleitet, die Hobbyfotografin ist und dieses Bild erstellt hat. Es ist bearbeitet und mit einem Filter verschönert.



Susanna T.

14. Dezember 2018

Die Mega Party kann beginnen!
#feiernbiszumorgenrot #keinaugezu
#partytime #dancedancebaby



❤️ 59

Susanna ist an diesem Tag nicht zu einer Party gegangen. Ihr Freund hatte sich gerade von ihr getrennt, entsprechend stand ihr überhaupt nicht der Kopf für eine Party. Nach außen will sie aber keinen traurigen Eindruck machen und vor allem ihrem Ex zeigen, dass ihr Leben ohne ihn viel besser ist. So entstand dieses Bild. Danach ging sie ins Bett und schaute Filme auf Netflix.

Hinweis

Alle gezeigten Posts, Namen, Bilder und Anmerkungen sind fiktiv und wurden ausschließlich für dieses Unterrichtsmodul angepasst. Die Fotos stammen von der Bilderplattform Pixabay, die Kommentare wurden frei (und nach Bedarf) erstellt.

Leitfaden für

- Referenten/innen
- Lehrer/innen
- Sozialpädagogen/innen

Hilfestellung zur Durchführung von Workshops zum Thema *Instagram*



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons BY-NC-SA 4.0 International Lizenz, d. h. die nichtkommerzielle Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle Landesmedienzentrum Baden-Württemberg und der Webseite www.lmz-bw.de erlaubt. Sollen über die genannte Lizenz hinausgehende

Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabsprachen mit dem Landesmedienzentrum getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an beratungsstelle@lmz-bw.de.



Veranstaltungstitel: **Selbstdarstellung und Umgang mit Genderrollen und Schönheitsidealen auf Instagram**

Veranstaltungsform: Workshop - auch im Rahmen eines Projekttages oder einer Projektwoche

Zielgruppe: 5.-8. Klasse

Schulart: weiterführende Schulen

1.) Ziel(e).....	1
2.) Inhalte.....	2
3.) Schwerpunkte und passende Materialien.....	2
4.) Empfohlene Methoden, Arbeitsphasen etc.	3
5.) Weiterlesen / Weiterschauen	4

1.) ZIEL(E)

Der Workshop soll die Schülerinnen und Schüler zu einem selbstbestimmten, reflektierten und sicheren Umgang mit Instagram befähigen. Dabei stehen unter Berücksichtigung der jeweiligen Altersstufe folgende Kompetenzen im Fokus:

Schülerinnen und Schüler...

- können ein Bild auf *Instagram* hinsichtlich seiner Zweckbestimmung, Adressatenorientierung und der Angemessenheit seiner Wirkung beurteilen.
- können reflektiert mit überzogen dargestellten Genderrollen und Schönheitsidealen sowie mit dem Unterschied zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung umgehen.
- verstehen die optimierenden und häufig realitätsfernen Möglichkeiten von Bildbearbeitungsoptionen (z.B. Filter).
- können das Zusammenspiel von Selbstwert und der Zahl an *Likes* und *Followern* kritisch hinterfragen.
- kennen und erkennen die Werbung und Werbemöglichkeiten auf *Instagram*, v.a. *Product-Placement* u.ä. durch *Influencer* und (*Social Media*) Stars.
- können die Bedeutung personenbezogener Daten erklären, die Relevanz des Schutzes der eigenen Daten durch den Datenschutz beschreiben und dem Missbrauch ihrer persönlichen Daten entgegentreten.
- sind mit den technischen Sicherheits- und Privatsphäre-Einstellungen auf *Instagram* vertraut.
- kennen die rechtlichen Kontexte, in denen sie Inhalte anderer Urheber verwenden können, sowie die Konsequenzen, die mit der Verwendung fremder Inhalte einhergehen. Sie kennen Seiten, auf denen sie lizenzfreie Bilder suchen können.
- kennen das Recht am eigenen Bild und die Notwendigkeit von Einwilligungserklärungen vor der Veröffentlichung von Bildern anderer Leute.

2.) INHALTE

Grundlagen

Bei der Konzeption eines Workshops sollten die nachfolgenden Leitfragen berücksichtigt und auf altersgerechte Art und Weise im Workshop umgesetzt werden. Gegebenenfalls ist eine Auswahl zu treffen. Die jeweiligen Unterpunkte dienen der Erläuterung der Leitfrage, eignen sich nicht zwangsläufig als Thema für den Workshop und sollten der Zielgruppe entsprechend aufbereitet werden.

- a) Was ist *Instagram*, zu welchem Zweck wurde es gegründet, wofür wird es genutzt?
 - Welche Nutzungsmotive bieten *Social Media* Angebote, insbesondere *Instagram*? z.B. nach Dr. Jan-Hinrik Schmidt (Identitäts-, Beziehungs-, Informationsmanagement)
 - Definition und Funktion von *Selfies*, Bedeutung von Interaktionen wie *Likes* und Kommentare, in Hinblick auf die eigene Identitätsbildung im Jugendalter
- Welche positiven Eigenschaften hat die Nutzung von *Instagram*?
 - Kommunikation, Unterstützung der Identitätsbildung, kreative Auseinandersetzung mit der Lebensumwelt durch Bild-Produktionen etc.
- b) Welche Probleme können bei der Nutzung von *Instagram* auftreten?
 - Selbstwert wird allein durch *Likes* und die Anzahl an *Followern* definiert, Beeinflussung der Selbstwahrnehmung und des Wohlbefindens im eigenen Körper, Angst, etwas zu verpassen, Nutzungsdauer, *Cybermobbing*, versteckte Werbung etc.
- c) Wie gestaltet sich ein vernünftiger Umgang mit persönlichen Daten, insb. Bildern?

3.) SCHWERPUNKTE UND PASSENDE MATERIALIEN

Es empfiehlt sich, im Workshop ein bis zwei inhaltliche Schwerpunkte zu setzen. Im Folgenden werden mögliche Themen und passende Materialien genannt – entnommen aus Materialpaketen von *klicksafe.de* - *Die EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz*.

- a) Umgang mit Identitätskonzepten wie Gender-Rollenbildern und Schönheitsidealen:
 - Orientierung an ästhetischen Vorlagen bei der Selbstdarstellung bzw. Selbstwahrnehmung als Teil der Persönlichkeitsentwicklung Heranwachsender.
 - Unreflektierte Orientierung an heteronormativen Idealvorstellungen und unrealistischen Schönheitsidealen bei der Selbstdarstellung bzw. Selbstwahrnehmung kann dazu führen, dass Abweichungen möglichst vermieden und kreative Selbstaueinandersetzung eingeschränkt wird sowie die Toleranz gegenüber Andersartigkeit abnimmt.
 - Beeinflussung von Selbstbild und Weltbild.

Unterstützende Materialien finden sich hier in der medienethischen Roadmap mit dem Titel *Mediale Männer- und Frauenbilder* und im Textauszug *Bin ich schön? Bin ich sexy?* Die Roadmap unterstützt mittels eingangs gestellter Reflexionsfragen bei der Auseinandersetzung mit medialen Frauen- und Männerbildern und möchte Denkprozesse der Schülerinnen und Schüler beim eigenen Umgang mit den unterschiedlichsten Medien anstoßen. Das vorgegebene Ziel ist die Sensibilisierung der Schülerinnen und Schüler in Fragen der Gender-Thematik. In *Bin ich schön? Bin ich sexy?* werden verschiedene Projektarbeiten zum Thema Schönheitsideale vorgeschlagen. Schwerpunkte sind hier sexualisierte Werbe- als auch Selbstdarstellung, Castingshows und Idealbilder in der Gesellschaft allgemein.

b) Selbstinszenierung und Inszenierungsstrategien im Netz:

- Selbstwahrnehmung vs. Fremdwahrnehmung
- Selbstobjektivierung (auch Sexualisierung)
- Sozialer Druck und unangemessene Überidentifikation
- Einfluss anderer auf die eigene Selbstwahrnehmung
- Digitale Bildbearbeitung, Möglichkeiten zur Inszenierung und Selbstinszenierung

Das von klicksafe vorgeschlagene Projekt *Be your Selfie* kann hier zur Verdeutlichung herangezogen werden. Durch stumme Impulse, Textarbeit, kreatives Schreiben oder Malen reflektieren die Schülerinnen und Schüler den Einfluss von Beauty-Filtern und digitalen Schönheitsbildern auf ihre Vorstellung von Schönheit.

c) Influencer und deren Einfluss, Berufsbild und Tätigkeit

- Werbung und Geschäftsmodelle: *Influencer-Marketing, Productplacement, etc.*

d) Umgang mit negativen Reaktionen (auch von Fremden) bis hin zu Cybermobbing

e) Urheberrecht/Recht am eigenen Bild

f) Persönliche Daten und Privatsphäre-Einstellungen

Für die oben genannten Schwerpunkte zum Thema *Influencer, Cybermobbing, Urheberrecht und Privatsphäre-Einstellungen* finden sich im Textauszug *Selfies, Sexting, Selbstdarstellung* unterstützende sensibilisierende Inhalte und Tipps zur Vorgehensweise. Freizügiges *Posing*, die Problematik von *Influencern* und *Youtube-Stars* als Vorbilder und das Recht am eigenen Bild werden hier diskutiert.

g) Korrektes Verhalten im Netz

Das Projekt *Du bist, was du postest* setzt sich mit den *Do's* und *Don'ts* der Selbstdarstellung in sozialen Medien auseinander. Die Schülerinnen und Schüler können hier ihr eigenes Tun reflektieren und erarbeiten zusammen einen Leitfaden für korrektes Verhalten im Netz. Schwerpunkte wie die Verletzung von Bildrechten, negative Selbstpräsentation, *Cybermobbing* und fehlender Selbst- und Fremdschutz werden hier berührt.

4.) EMPFOHLENE METHODEN, ARBEITSPHASEN ETC.

Im Folgenden finden sich Tipps und Ideen zur Gestaltung eines Workshops, der am Vorwissen der Schülerinnen und Schüler anknüpft:

- Zum Einstieg die Nutzungsgewohnheiten (passive Nutzung/Followen, aktive Nutzung, usw.) z.B. per Handzeichen, Metaplankarten oder dem 4-Ecken-Spiel erfragen.
- Die Methode *Skala* (siehe [Beispielthema Schönheitsideale](#)) einsetzen, um Wahrnehmung von Attraktivität und unterschiedliche Schönheitsideale zu besprechen, zu reflektieren und in der Gruppe zu diskutieren. Hier bietet es sich an eine Bildpräsentation mit öffentlichen *Instagram*-Beiträgen zu erstellen.
- Bilder auf *Instagram* zu einem Thema (z.B. Schönheit, Weiblichkeit, Männlichkeit, usw.) sammeln und in der Klasse besprechen und reflektieren, warum welches Bild zu welchem Thema ausgewählt wurde.

- Selbstbilder/Fremdbilder: Gruppenarbeit. Jugendliche inszenieren sich so, wie sie gesehen werden möchten und lassen sich fotografieren. Dann werden sie von anderen Jugendlichen fotografiert, so wie sie gesehen werden möchten. Dabei die Funktion von Fotografie und Bildwirkung, die dargestellten Eigenschaften usw. besprechen und reflektieren.
- Gegenüberstellen von *Accounts* und *Hashtags*, die für perfekte Selbstdarstellung und gegen übertriebene Selbst-inszenierung stehen (siehe Beispiele unter 5).

5.) WEITERLESEN / WEITERSCHAUEN

Literatur

- Krämer, Caroline: *Instagram* und Körperbild. Eine quantitative Onlinebefragung zur Nutzung und Wirkung von Sport- und Fitnessinhalten im Kontext sozialer Vergleichsprozesse auf Instagram. Selbstverlag. 2017. (bisher nur als E-Book erhältlich)

Artikel / Videos

- Deutschlandfunk Kultur: [Interview mit Katrin Döveling: #saggyboobsmatter auf Instagram](#). Die nackte Wahrheit. Beitrag vom 30.08.2018
- Döring, Nicola: [Smartphones, Sex und Social Media: Erwachsenwerden im Digitalzeitalter](#). *TelevIZion* 28/2015/1, 12-19. 2015
- Döring, Nicola: [Gendersensible Förderung von Medienkompetenz: Was ist zu tun?](#) *ajs informationen* 52(2016-1), 22-28. 2016
- FAZ: [Sozialer Druck auf Instagram. Liebe dich und deinen Körper](#). 2017
- Frankfurter Rundschau: [Influencer. Du willst es doch auch!](#) August 2018
- Mittelbayrische: [Was macht Instagram mit uns?](#) Oktober 2017
- Royal Society for Public Health / Young Health Movement Organisation: [#StatusOfMind. Social media and young people's mental health and wellbeing](#). 2017
- WDR 306 Grad - #StrongIsTheNewSkinny - Fitnesswahn im Netz – Brauchen wir eine Gegenbewegung? Veröffentlicht: 16.08.2017
<https://www.youtube.com/watch?v=oMi1ZoulELE>
- Zeit-Online: [#werbung #lifestyle](#). November 2017
- Zeit-Online: [Influencer. Die Einfluss-Reichen](#). März 2018

Websites

- Handysektor: *Instagram*.
<https://www.handysektor.de/instagram/>
- Internet-abc: *Instagram*. Die App der Online-Jugend.<https://www.internet-abc.de/eltern/familie-medien/kommunikation-handy-whatsapp-facebook/instagram-die-app-der-online-jugend/>
- Klicksafe: *Instagram*. <https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/soziale-netzwerke/instagram/>
- Mpfs: Basisuntersuchungen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen.
<http://www.mpfs.de/startseite/>



- Schau hin: *Instagram*. Was Eltern über die Foto-App wissen sollten. <https://www.schauhin.info/informieren/medien/chatten/wissenswertes/instagram.html>



Gibt es weitere geeignete Materialien, die für alle Referentinnen und Referenten interessant sind?

Vorschläge zur Sichtung und Einarbeitung bitte einfach an beratungsstelle@lmz-bw.de schicken!

zusätzliche Materialien 1 - Auszug aus:



mit freundlicher Genehmigung von Klicksafe

Zu finden unter:

<https://www.klicksafe.de/service/aktuelles/news/detail/selfies-sexting-selbstdarstellung-neues-material-fuer-lehrkraefte/>



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung-Nicht kommerziell 4.0 International Lizenz, d. h. die nichtkommerzielle Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle klicksafe und der Webseite-www.klicksafe.de erlaubt. Sollen über die genannte Lizenz hinausgehende Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabsprachen mit klicksafe getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an info@klicksafe.de.

RISIKEN UND PROBLEME

SEXTING UND FREIZÜGIGE SELBSTDARSTELLUNG

Sexuelle Freizügigkeit in den digitalen Medien – was Rihanna macht, tut Johanna auch!

Die Art der Selbstdarstellung Prominenter in Sozialen Medien ist nicht nur stark idealisiert, sondern meist auch sehr freizügig und sexualisiert. Insbesondere bei weiblichen Prominenten findet sich dieses Muster. Ein Blick auf die Instagram-Profile von Stars wie Ariana Grande, Selena Gomez oder Katy Perry zeigt, welche Bilder hier vorgelebt werden. Der ständige Vergleich mit diesen Vorbildern hat Auswirkungen auf die eigene freizügige Selbstthematisierung junger Mädchen, aber auch Jungen.



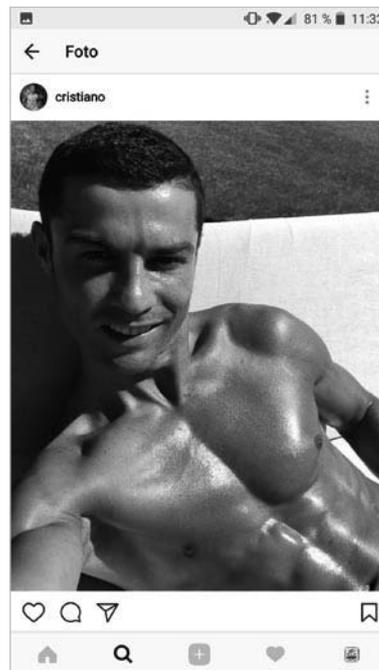
Tipp: Profilanalyse „Sexy Posen“?!

Thematisieren und problematisieren Sie die Aspekte der sexualisierten Selbstdarstellung im Hinblick auf die Nachahmung bereits durch junge Kinder, indem Sie entsprechende Bilder in den Profilen der beliebtesten Stars betrachten. In Baustein 2 des klicksafe-Unterrichtsmaterials „Let’s talk about Porno!“ sowie in Baustein 3 des Materials „Ethik macht klick“ finden Sie zusätzliche Anregungen für den Unterricht:

 www.klicksafe.de/zusatzmodule

Vergängliche Snaps verleiten zum Sexting in Snapchat

Der Dienst Snapchat kann in seiner Funktionsweise Jugendliche dazu anregen, Bilder („Snaps“) zu versenden, die im Nachhinein als zu freizügig betrachtet werden. Denn Snaps verschwinden nach dem Betrachten vom Smartphone des Empfängers, was den Nutzern eine vermeintliche Sicherheit suggeriert. Die Möglich-



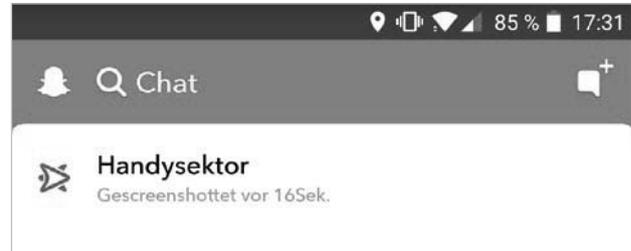
Erotische Pose und gestählter Körper: so präsentieren sich die Vorbilder vieler junger Menschen auf ihren Profilen.

Quelle: Instagram/ Cristiano Ronaldo, Selena Gomez, Abruf 03.07.2017

keit jedoch, aufseiten des Empfängers Screenshots zu machen, hebt die Vergänglichkeit von Snaps aus. Der Versender bekommt lediglich eine Nachricht darüber, dass der Empfänger das Bild gescreenshottet hat. Eine besondere Gefahr besteht daher beim Teilen erotischer Aufnahmen und Nacktfotos. Das Risiko, dass intime Aufnahmen dann nicht nur beim Empfänger landen, sondern durch Speicherung und Weiterversendung auch in falsche Hände geraten, ist dadurch enorm. Die Täter machen sich dabei u.U. eines Verstoßes gegen das „Recht am eigenen Bild“ sowie der Verletzung des „höchstpersönlichen Lebensbereichs“ schuldig.

Sexting als Problem in WhatsApp

Sexting unter Jugendlichen findet heute auch im beliebten Messenger WhatsApp statt, wie eine Studie von Saferinternet.at zeigt⁹. Da verschickte Bilder und Videos hier nicht – wie in Snapchat – gelöscht werden, kann es noch leichter passieren, dass sie versehentlich oder aber aus böser Absicht an weitere Personen oder Gruppen (Klassengruppen) weitergegeben werden. Auffällig ist, dass die Jugendlichen in der Befragung ein großes Bewusstsein für die Risiken von Sexting gezeigt haben. 81 Prozent schätzen die Gefahr negativer Folgen als hoch oder sehr hoch ein. In der konkreten Situation, wenn man zum Beispiel um ein Nacktfoto gebeten wird, ist es für Jugendliche aber oft schwierig, riskantes Verhalten zu vermeiden. Als negative Folge von Sexting kann es auch zur Erpressung von oder mit erotischen Bildern („Sextortion“) kommen. Sextortion ist ein Kofferwort aus Sex und Extortion (Erpressung). Auch Cybergrooming, die sexuelle Anbahnung über das Internet und damit auch über Messenger wie WhatsApp, gehört zu den Risiken.



Vorsichtsmaßnahme, die aber zu spät kommt: Der Absender erhält eine Benachrichtigung darüber, dass ein Screenshot von seinem versendeten Snap erstellt wurde.

Quelle: Screenshot Snapchat, Abruf 03.07.2017

Weitere Informationen:

- Handysektor Themenmonat:
www.handysektor.de/sexting
- Unterrichtsmaterial zu Cybergrooming:
www.planet-schule.de/wissenspool/fernsehfilme-fuer-die-schule/inhalt/unterricht/das-weisse-kaninchen.html

Tipp: Sexting Prävention im Unterricht

Mit dem Unterrichtsprojekt 2 „Sexting – Risiken und Nebenwirkungen“ lernen die SuS Präventionsprojekte zum Thema Sexting kennen und entwickeln eigene Ideen der Aufklärung über problematische Aspekte von Sexting. Der Artikel „Ist Sexting strafbar?“ im Anhang des Projekts beantwortet zudem rechtliche Fragen rund um das Thema Sexting.

⁹ www.saferinternet.at/news/news-detail/article/aktuelle-studie-sexting-in-der-lebenswelt-von-jugendlichen-489/

KAUM GEFÜHL FÜR PRIVATSPHÄRE?

Missbrauch des Rechts am eigenen Bild

Das Recht am eigenen Bild besagt, dass die abgebildeten Personen um Erlaubnis gefragt werden müssen, bevor Fotos von ihnen online gestellt werden dürfen. Nur in wenigen Ausnahmen kann es ohne Zustimmung erlaubt sein, Personenabbildungen zu veröffentlichen, beispielsweise, wenn es sich um bestimmte Bilder von Politikern oder Prominenten handelt. Oder wenn das Bild eine größere Menschenmenge wie auf einem Rockkonzert, einer Demonstration oder bei sonstigen zeitgeschichtlichen Ereignissen zeigt. In allen anderen Fällen müssen die abgelichteten Personen grundsätzlich ihr Einverständnis geben¹⁰.

Diesen Sachverhalt auch Schülern zu vermitteln, ist insbesondere vor dem Hintergrund wichtig, dass alle Bilder-Communitys oder bildgestützten Dienste dazu verleiten, Bilder, auf denen andere abgelichtet sind, ohne Zustimmung zu veröffentlichen oder weiterzuleiten.

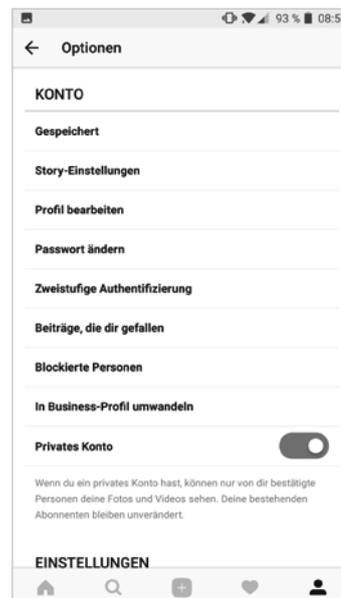
Unzureichende Voreinstellungen für die Privatsphäre am Beispiel Instagram

Instagram-Profil sind eine riesige Sammlung privater Informationen. Auch wenn manche Bilder – das Video vom Fußballplatz, das Foto vom Badeseen – harmlos erscheinen, sagen sie über die User und deren Alltag sehr viel aus. Durch Markierungen von Orten und Freunden wissen Außenstehende schnell, wo und mit wem ein Nutzer seine Zeit verbringt. Über Beiträge in der Story ist der Eindruck noch unmittelbarer und der komplette Alltag landet im Netz. Das Problem: In der Standardeinstellung ist das Instagram-Profil komplett öffentlich und kann sogar im Internet ohne eigenes

Tipp: Wie würden sich Ihre Schüler verhalten?

Die Handysektor-Soap „Mitten im Netz“ spielt Handlungsmöglichkeiten bei einer Konfrontation mit digitalen Alltagsproblemen durch. Zeigen Sie Ihren Schülern Folge 1, „Das peinliche Bild“, und lassen Sie sie über die Lösungsmöglichkeiten entscheiden.

<https://www.handysektor.de/artikel/mitten-im-netz-die-handysektor-soap-folge-1-das-peinliche-bild/>



Private Einstellung des Instagram Profils

Quelle: Screenshot Instagram, Abruf 03.07.17

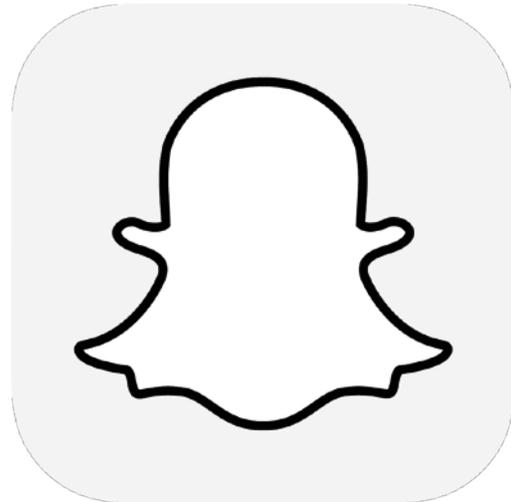
¹⁰ <http://www.klicksafe.de/themen/rechtsfragen-im-netz/irights/urheber-und-persoenlichkeitsrechte-in-sozialen-netzwerken/>

Nutzerkonto angeschaut werden. Ein zu öffentliches Teilen von Inhalten gibt immer wieder auch Anlass zu Cyber-Mobbing. Gehässige Kommentare zu Selfies sind leider keine Seltenheit.

Daher sollte das Konto unbedingt in den Privatsphäre-Einstellungen auf „privat“ gesetzt werden. Dadurch haben andere nur noch nach Freigabe Einblick in das Profil.

Vermeintliche Vergänglichkeit von Inhalten am Beispiel Snapchat

Die vermeintliche Vergänglichkeit von Snaps vermittelt den Usern eine zu große Sicherheit und verleitet dazu, unbedachter zu posten. In der Story wird oft ein tiefer Einblick in den Alltag gegeben und viel Privates offenbart. Problematisch ist dabei, dass Snapchat-Profile standardmäßig öffentlich sind und jeder mit Kenntnis des Nutzernamens Einblick in die Story bekommen kann. Daher sollten die Privatsphäre-Einstellungen unbedingt angepasst werden, damit nur noch Kontakte des Users Zugriff bekommen.



Exkurs: Vergänglichkeitsprinzip in Kommunikation und Selbstdarstellung

Einen neuen Weg hat Snapchat im Jahr 2011 eingeschlagen und war damit Pionier einer besonderen Art des Teilens. Alle geteilten Inhalte – egal ob direkt verschickt (Snaps) oder in der Story geteilt – verschwinden nach einer gewissen Zeit sowohl vom Handy des Absenders als auch beim Empfänger. Die Dauer kann vom Versender eingestellt werden.

Nach dem großen Erfolg zogen einige andere Anbieter nach: Beginnend mit Instagram („Story“), WhatsApp („Status“), Facebook („Story“) sowie dem Facebook Messenger („Der heutige Tag“) sprangen nach und nach alle Dienste unter dem Dach des Facebook-Konzerns auf den Zug der Vergänglichkeit auf. Instagram ist damit sogar noch erfolgreicher als Snapchat selbst, während sich diese Methode des Teilens in Facebook und WhatsApp kaum durchgesetzt hat.

CYBER-MOBGING

Mobbing in WhatsApp-Klassengruppen

Die Problematik von Mobbing in WhatsApp-Klassengruppen scheint inzwischen ein Dauerthema bei Klassenkonferenzen zu sein. Dies kann mehrere Gründe haben: Die Schüler sind in der Gruppe unter sich, es gibt prinzipiell keine regulatorischen erwachsenen Kräfte. Zudem ist ein böses Wort einfacher geschrieben als gesagt. Wenn Konflikte in der Klasse nicht „real“ besprochen und gelöst werden, verlagern sie sich ins Digitale und sind schwerer wieder einzudämmen.

Die Bestimmung von Moderatoren und Administratoren – ähnlich den Klassensprechern –, die ein unfaires Verhalten nach einem zuvor festgelegten Regelkatalog sanktionieren, kann ein erster Schritt zur Lösung sein. Weitere Tipps finden Sie hier:

- Handysektor Artikel „Goldene Regeln für den Gruppenchat“:
<https://www.handysektor.de/artikel/goldene-regeln-fuer-den-gruppenchat/>
- Mobile Medien – Neue Herausforderungen; Heft 1 „Always ON“:
www.klicksafe.de/mobilemedien
- Projekt 9: Vermeidung von Verletzungen in WhatsApp-Gruppen aus dem Unterrichtsmaterial „Was tun bei (Cyber)Mobbing?“,
www.klicksafe.de/materialien

Privates wird öffentlich – Instagram Beichtseiten

Es sind die unglaublichsten Geschichten: Vom Abschreiben in der Klassenarbeit über verrückte Aktionen im Unterricht bis hin zu sexuellen Erfahrungen findet sich auf sogenannten Beichtseiten auf Instagram nahezu alles. Kleine oder größere Sünden werden anonym mit einer großen Community geteilt. Was auf den ersten Blick unterhaltsam wirken kann, birgt auf den zweiten ein großes Risiko für Mobbing und Streit. Denn selbst einzelne Schulen haben mittlerweile eigene Beichtseiten auf Instagram, die von Schülern angelegt werden, die als Administrator dieser Seiten fungieren. Dort werden neben witzigen Anekdoten auch häufig Beleidigungen direkt oder als Gerücht verbreitet, manchmal sogar mit Namensnennung



Heft 1 „Always ON“

von Schülern oder Lehrern. Die Betreiber der Seiten sind sich meist nicht im Klaren darüber, dass sie als Administratoren für die Inhalte verantwortlich sind und auch für Hassinhalte bis hin zu Drohungen zur Rechenschaft gezogen werden können.

Tellonym, Ask.fm und YouTube – anonym geteilt, anonym gemobbt

Auf Plattformen wie Tellonym, Sarahah, Ask.fm oder YouTube geben Menschen anonym Kommentare zu anderen ab. Dort finden sich neben Komplimenten aber auch beleidigende Bemerkungen. Eine aktuell populäre App ist Tellonym, mit der Nutzer anonym Bewertungen posten können. Angemeldete Nutzer erhalten einen persönlichen Link, den sie an Freunde verschicken können. Diese geben dann Feedback in Form von sogenannten „Tells“. Besonders kritisch: Antwortet man auf diese Tells, dann werden sie öffentlich sichtbar! Nutzer von Tellonym sollten daher in den Einstellungen bei „Profil in Suche auffindbar“ auf „nein“ umstellen. Jugendliche sollten außerdem darauf achten, wem sie den Link schicken bzw. wessen Meinung sie wirklich interessiert. Ähnliche Portale gab es auch früher schon. So machten vor einiger Zeit Ask.fm oder iShareGossip mit ähnlichen Konzepten auf sich aufmerksam. In diesem Zusammenhang wäre es interessant, die Vor- und Nachteile von anonymem Feedback oder generell der Anonymität im Internet von den Schülern diskutieren zu lassen.

Kommentarspalten: Ein Ort für Hass und Hetze

Auch Hass und Hetze in Kommentarspalten sind heute leider keine Seltenheit. Kampagnen, wie beispielsweise das „No Hate Speech Movement“, oder Gesetze wie

das Netzwerkdurchsetzungsgesetz¹¹, das Anbieter verpflichtensoll, Hassinhalte schneller und konsequenter zu löschen, zeigen die Relevanz des Problems. Insbesondere die Kommentarfunktion von YouTube wird nicht selten für Streit und Mobbing missbraucht. In vermeintlicher Anonymität sind die Hemmungen geringer, fiese und abwertende Kommentare zu hinterlassen. Auch anfänglich normale Diskussionen eskalieren häufig und enden in Beleidigungen und Hasskommentaren.



Beleidigender Kommentar unter dem Video eines YouTubers

Quelle: Screenshot YouTube, PrankBrosTV, Abruf 03.07.2017

¹¹ <https://www.bmju.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/DE/NetzDG.html>

INFLUENCER UND YOUTUBE-STARS – PROBLEMATISCHE VORBILDER?

Werbung und Produktplatzierung direkt ins Kinderzimmer

YouTuber sind mehr als nur die neuen Superstars, sie sind auch Vorbilder und befinden sich damit in einer Verantwortungssituation, der sie nicht immer gerecht werden. Denn mit einsetzendem Ruhm und damit einhergehenden wirtschaftlichen Erfolgen verschieben sich oft die Prioritäten – weg vom Produzieren kreativer Inhalte hin zu noch mehr kommerziellem Erfolgsdenken. Viele der erfolgreichsten YouTuber nutzen daher ihre Popularität zur Platzierung von Produkten in ihren Videos oder verkaufen eigene Beauty- oder Merchandising-Sortimente. Aufgrund ihres Einflusses auf ihre Zielgruppe werden sie von der Werbewirtschaft auch als Influencer bezeichnet. Werbung und Produktplatzierung sind zwar grundsätzlich erlaubt, jedoch findet nicht immer eine Kennzeichnung statt. Aufgrund großer Kritik sind weite Teile der YouTuber-Szene jedoch mittlerweile diesbezüglich sensibilisiert und versuchen transparent zu sein. Trotzdem ist es wichtig, Jugendliche auch über die Verkaufs- oder Werbeinteressen von YouTubern aufzuklären.

Influencer als neue Projektionsfläche für Jugendliche

In den letzten Jahren haben zahlreiche YouTuber so großen Erfolg, dass sie mit ihren Videos Abonnentenzahlen von teilweise mehreren Millionen Nutzern erreichen. Diese YouTube-Stars haben treue Gefolgschaften, wie man sie früher nur von klassischen Popstars kannte. Durch die Kommunikationsmöglichkeiten über Kommentare und das Aufgreifen von Zuschaueranmerkungen in neuen Videos schaffen sie ihre eigene Community. Dass die Stars nahbar und authentisch wirken oder sich als gute Freunde verkaufen, hilft dabei

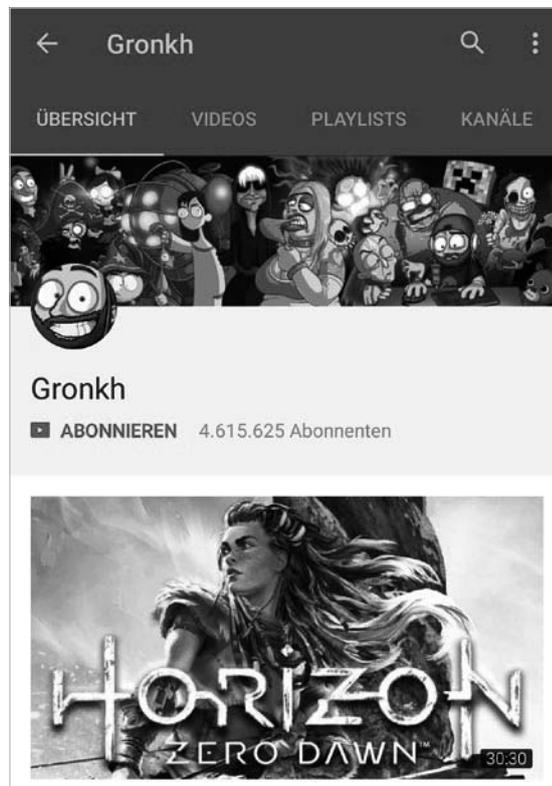
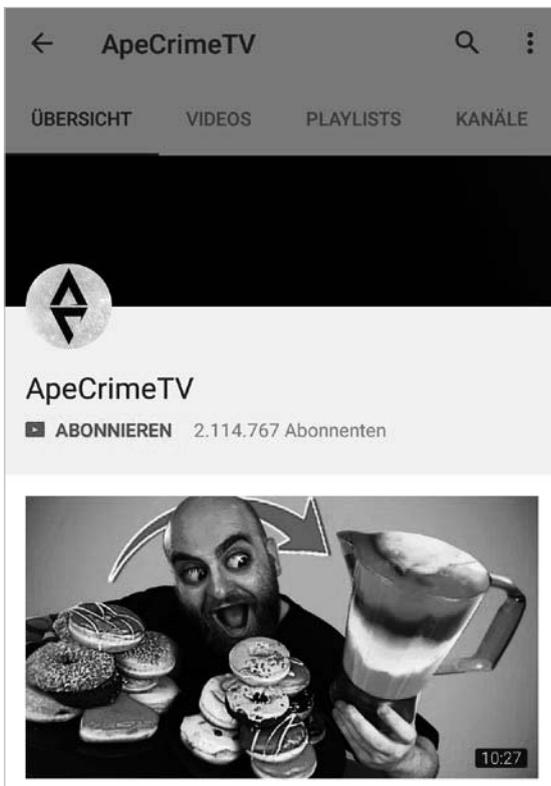
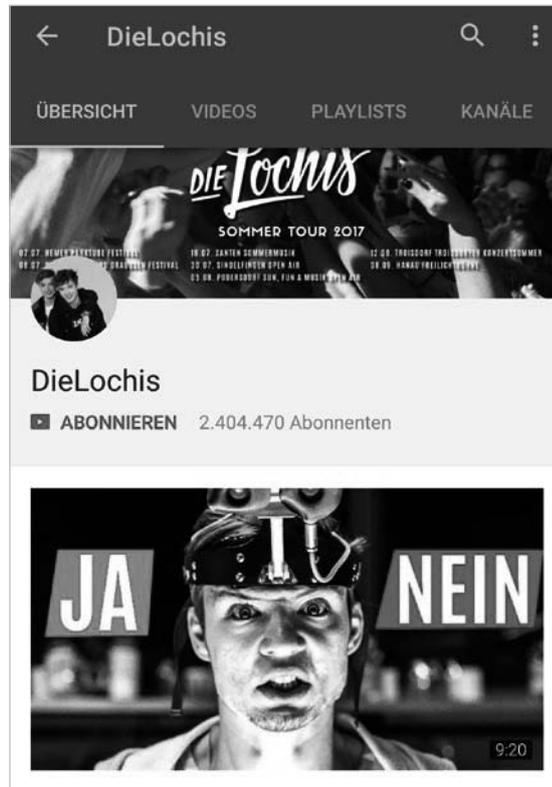
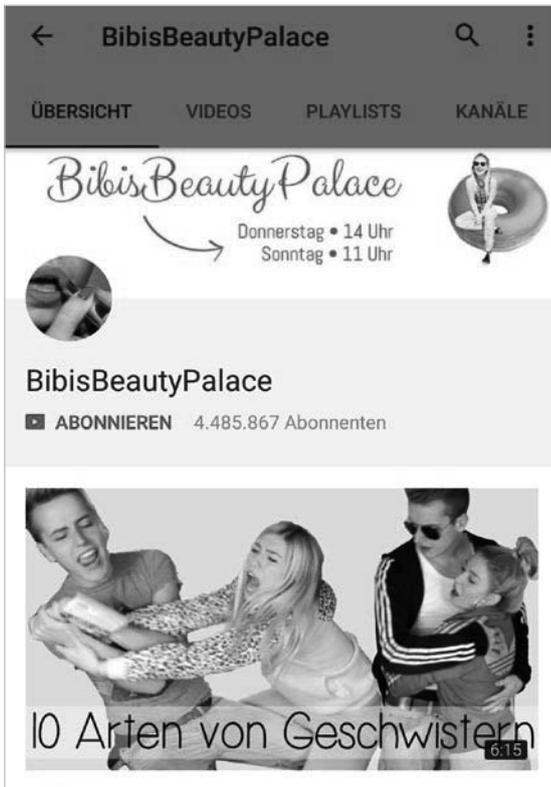
ungemein. Viele von ihnen sind ebenfalls in Snapchat und Instagram vertreten und präsentieren sich ihren Fans dort als „eine/r von ihnen“. Bei den alljährlich stattfindenden Video Days treffen YouTuber mit ihren Fancrowds zusammen.

Dieser Einfluss führt so weit, dass das Verhalten der Vorbilder von Jugendlichen nachgeahmt wird. In Freundeskreisen wird über die neuen Videos der Lieblings-YouTuber gesprochen, deren – aus Erwachsenenperspektive – teilweise überdrehte Sprache und überdrehtes Auftreten werden imitiert, und manche Jugendliche werden sogar selbst auf YouTube aktiv. Wie weit die Nachahmung der neuen Stars führen kann, zeigt ein kritischer YouTuber hinter dem Kanal „Ultrativ“ eindrucksvoll in einem seiner Videos:

 <https://www.youtube.com/watch?v=Lve2LBVPw7Y>.

Nicht selten wird mittlerweile unter Jugendlichen sogar als neuer Traumberuf „YouTuber“ genannt. Doch längst nicht alle YouTuber können ihr Hobby zum lukrativen Beruf machen. Welche Arbeit dahintersteckt und welche Erfolgsfaktoren für YouTuber gelten, zeigt ein Beitrag von Planet Schule:

 <http://www.planet-schule.de/sf/php/sendungen.php?sendung=9918>



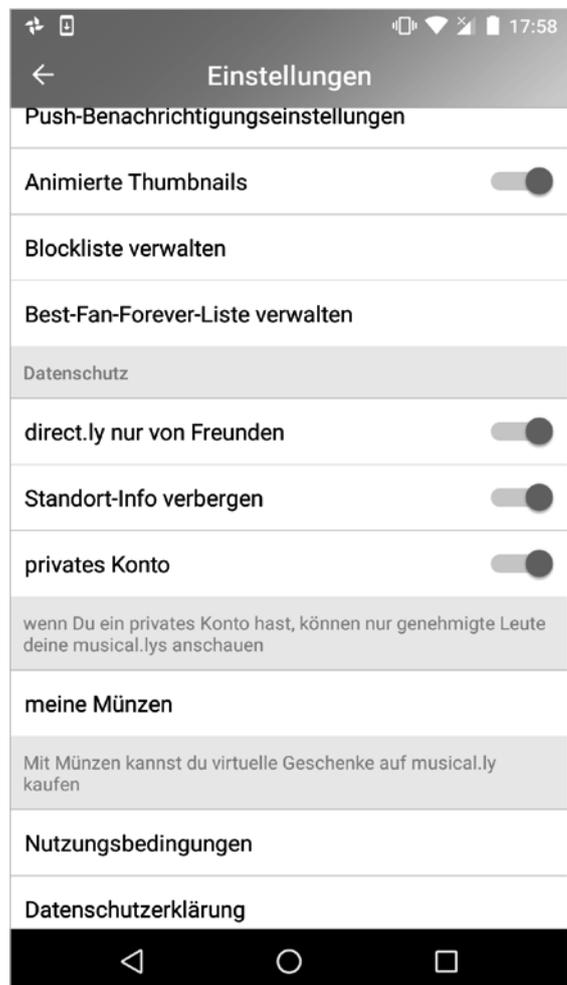
Profile der populären YouTuber BibisBeautyPalace, DieLochis, ApeCrimeTV und Gronkh
Quelle: Screenshot YouTube, Abruf 03.07.2017

URHEBERRECHTE IN DER DIGITALEN WELT

Urheberrechtliche Unsicherheiten bei Verwendung von geschützten Inhalten am Beispiel musical.ly

Beim Aufnehmen von Musicals stellt die App musical.ly eine große Auswahl an Musikstücken, Filmzitatzen und noch vielem mehr zur Verfügung. Zwar hat musical.ly begonnen, Lizenz-Deals mit Plattenfirmen abzuschließen¹², diese Entwicklung ist allerdings erst am Anfang. Daher ist davon auszugehen, dass das Teilen von Musicals einen Verstoß gegen das Urheberrecht darstellen kann. Unter anderem die Verbraucherzentrale NRW empfiehlt¹³ daher, den privaten Modus beim Teilen der selbst aufgenommenen Musicals zu nutzen. In diesem haben Muser die Möglichkeit, ihre Videos nicht komplett öffentlich, sondern lediglich mit ausgesuchten Freunden zu teilen.

Die Privatsphäre-Einstellungen sollten von den Usern in jedem Fall genau unter die Lupe genommen werden. Denn einmal geteilte Musicals können von fremden Nutzern in den Standardeinstellungen ohne jede Einschränkung betrachtet und kommentiert werden. Es wird außerdem empfohlen, das Teilen des Standortes beim Posten von Musicals zu deaktivieren.



Privatsphäre-Einstellungen in musical.ly
Quelle: Screenshot musical.ly, Abruf 03.07.2017

! **Tipp:** Was ist erlaubt, was nicht?

Antworten auf urheberrechtliche Fragen in der digitalen Welt finden Sie in der Schriftenreihe von klicksafe und iRights.info:

<http://www.klicksafe.de/themen/rechtsfragen-im-netz/irights>

¹² <http://www.billboard.com/articles/business/7423281/warner-music-group-deal-musical-ly>

¹³ https://www.checked4you.de/musically_was_ist_erlaubt

LINKS UND WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Literaturverzeichnis

Bain, M. (22.05.2017). Instagram is the most harmful social network for your mental health. Von Quartz.com  <https://qz.com/988765/instagram-fb-is-the-most-harmful-social-network-for-your-mental-health-but-youtube-goog-has-a-positive-effect-a-new-report-says/>, Abruf 02.10.2017.

Buzzbird (07.07.2016). Beliebte Videoformate auf YouTube. Von Buzzbird.de  <https://www.buzzbird.de/blog/beliebte-videoformate-auf-youtube>, Abruf 02.10.2017.

Checked4You (01.06.2016). Musical.ly: Was ist erlaubt? Von Checked4You  https://www.checked4you.de/musically_was_ist_erlaubt Abruf, 02.10.2017.

Express.de (21.05.2015). Knips-Verbot – Vorsicht! Hier können Selfies richtig teuer werden. Von Express.de  <http://www.express.de/news/politik-und-wirtschaft/recht/knips-verbot-vorsicht-hier-koennen-selfies-richtig-teuer-werden-22390302>, Abruf 02.10.2017.

Kuhn, J. (29.08.2011). „Ich poste, also bin ich“. Von SZ.de  <http://www.sueddeutsche.de/digital/us-soziologin-sherry-turkle-ueber-das-digitale-zeitalter-ich-poste-also-bin-ich-1.1133783>, Abruf 02.10.2017.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2016). JIM-Studie 2016: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: MPFS. Von  <http://www.mpfs.de/studien/jim-studie/2016/>, Abruf 02.10.2017.

Pantelouris, M. (2016). Ich, verbesserlich. Von SZ.de  <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/44993/>, Abruf 02.10.2017.

Royal Society for Public Health (Hrsg.) (2017). Status Of Mind – Social media and young people’s mental health and wellbeing. Von RSPH  <https://www.rsph.org.uk/our-work/policy/social-media-and-young-people-s-mental-health-and-wellbeing.html>, Abruf 02.10.2017.

Salomo, D. (2012). Gleichaltrige und Freundschaften. Vom Goethe-Institut  <https://www.goethe.de/de/spr/unt/kum/jug/jla/20392164.html>, Abruf 02.10.2017.

Materialien

- Always on – Arbeitsmaterial für den Unterricht Heft 1 aus der Reihe „Mobile Medien – Neue Herausforderungen“  www.handysektor.de/alwayson und  www.klicksafe.de/mobilemedien
- Safer Smartphone – Arbeitsmaterial für den Unterricht Heft 2 aus der Reihe „Mobile Medien – Neue Herausforderungen“  www.handysektor.de/safersmartphone und  www.klicksafe.de/mobilemedien
- Smart mobil – Ein Elternratgeber zu Handys, Apps und mobilen Netzen  www.handysektor.de/smart-mobil und  www.klicksafe.de/smartmobil
- Informationsflyer  www.handysektor.de/mediathek/flyer
- Privatsphäre-Leitfäden  www.klicksafe.de/leitfaeden
- Unterrichtsmaterial zu Cybergrooming  www.planet-schule.de/wissenspool/fernsehfilme-fuer-die-schule/inhalt/unterricht/das-weisse-kaninchen.html

Webseiten

- Handysektor testet die beliebtesten Apps inkl. Screenshot  www.handysektor.de/top10apps
- Handysektor-Themenmonat zu Sexting:  www.handysektor.de/sexting
- Handysektor-Soap „Mitten im Netz“ mit digitalen Alltagsproblemen zur Besprechung im Unterricht  www.handysektor.de/soap
- Informationen zu Persönlichkeits- und Urheberrecht in Sozialen Netzwerken  www.klicksafe.de/irights
- Gegen Mobbing: Tipps für den Klassenchat  <https://www.handysektor.de/mobbing-mut/detailansicht/article/goldene-regeln-fuer-den-gruppenchat.html>

Videos

- Handysektor-Erklärvideo „Was ist eigentlich ein Selfie?“  www.handysektor.de/mediathek/videos/erklavideo-selfie.html
- YouTube-Trend: Kuss-Mutprobe  www.youtube.com/watch?v=kOM8r8Eh-OY
- Ultralativ über YouTuber:  www.youtube.com/watch?v=Lve2LBVPw7Y
- Dennis Horn über den Beruf YouTuber:  www.planet-schule.de/sf/php/sendungen.php?sendung=9918

PROJEKT 1: BE YOURSELFIE

Ziele	Die SuS reflektieren den Einfluss von Beauty-Filtern und digitalen Schönheitsbildern auf ihre Vorstellung von Schönheit.
Methoden	Stummer Impuls, Textarbeit, Kreatives Schreiben oder Malen
Material	Grafik „monopoly“
Zugang	Nein



Einstieg Stummer Impuls: Zeigen Sie das Bild mit dem Spruch „Auf Instagram berühmt zu sein ist wie reich zu sein bei Monopoly“ oder schreiben Sie den Spruch an die Tafel (Abbildung im Anhang). Die Behauptung dahinter: Wer auf Instagram berühmt ist, ist genauso wenig berühmt, wie ein Spieler reich ist bei monopoly. Fame (Ruhm) im Netz hat demnach keine wirkliche Bedeutung im analogen Leben. Diskutieren Sie mit Ihren Schülern: *Was bedeutet der Spruch? Könnt ihr der Aussage zustimmen?*



*Instagram Fame, vergänglich und unbedeutend?
Quelle Screenshot: facebook.de,
Abruf 13.07.2016*

Erarbeitung Die SuS lesen zur Vertiefung in das Thema den Text auf dem Arbeitsblatt, der von den Themen Beauty-Filter, Selbstoptimierungs- und Idealisierungsvorstellungen sowie den Folgen für den einzelnen Menschen, aber auch die Gesellschaft handelt.

Sicherung Der Text wird anhand der Fragen auf dem Arbeitsblatt besprochen. Problematisierung der Idealisierungsvorstellung durch Beauty-Filter und Co.:

Was ist das Problem an Beauty-Filtern und Co.?

- Veränderte, normierte Schönheitsvorstellung, durch Firmen vorgegeben
- Egalisierungstendenzen (westliche Vorbilder prägend, generell Vorbilder aus den Medien)
- Beauty-Test ansprechen > wenig Raum für Individualität und Diversität, wenn Bots und Algorithmen nach Merkmalen wie Gesichtssymmetrie beurteilen
 <http://beauty.ai>

Welche Folgen kann es haben, wenn wir dem Druck ausgesetzt sind, schön auszusehen?

- Körperunzufriedenheit bis hin zu Essstörungen und Magersucht, Fitnesswahn, Body-Shaming

Warum ist es besser, auch auf Bildern „man selbst“ (be yourSelfie) zu sein?

- Echtheit schützt vor „Enttäuschung“, sowohl bei einer Bewerbung als auch bei der Partnersuche übers Internet (bspw. über Tinder). Wie denkt ihr darüber?



Tipp: Wunsch nach Bestätigung – um jeden Preis?

Sprechen Sie mit den SuS abschließend über den YouTube-Trend „Pretty or Ugly“ (in UK, USA), bei dem sich vorwiegend junge Mädchen über ein YouTube-Video anderen zur Bewertung stellen (Rückmeldung über Kommentarfunktion). Das Phänomen des „anonymen digitalen Feedbacks“ stellt aktuell in Deutschland mit der Plattform Tellonym ein Problem dar (Mobbing, Beleidigung, Grooming).

<https://www.klicksafe.de/tellonym>



„Noch nie war es einfacher, ehrliches Feedback zu bekommen“. Werbespruch des Dienstes Tellonym

Quelle: <https://tellonym.de/>, Abruf 09.05.2017



Zusatzaufgabe/Hausaufgabe Kreatives Schreiben

Die SuS verfassen einen Zeitungsartikel über den neuesten Schönheits-Trend im Jahr 2022 für das fiktive Magazin „Ego-News. Ausgabe 5/2022“.

**BEING FAMOUS
ON INSTAGRAM
IS LIKE BEING
RICH IN
MONOPOLY.**

Quelle: Screenshot facebook.de, Abruf 14.08.17

AUFGABEN:

1. Lies den Text.

„Leg mal 'nen Filter drüber“: Im Internet sind alle schön, von Teresa Sickert

Tech-Firmen wie Samsung oder Snapchat prägen mit ihren standardisierten Beauty-Filtern das Bild von Schönheit. Weil so viele Menschen sie benutzen, erhöht sich der Druck auf den Einzelnen, mitzuhalten.

Schönheit liegt im Auge des Betrachters. Oder wird von Samsung bewertet: Der Smartphone-Hersteller hat in seiner Kamera-App einen „Beauty-Face-Modus“ integriert, der die Selfies der Nutzer verschönern soll.

Samsung gibt seinen Kunden die Möglichkeit, ihre Augen zu vergrößern, das Gesicht zu verschlanken und die Haut weich zu zeichnen. Was früher Prominenten vorbehalten war, kann heute jeder. Einen professionellen Grafiker, der einem die Pausbacken und den dicken Pickel am Kinn wegretouchiert, braucht heute niemand mehr anzuheuern. Foto-Apps erledigen den Job automatisch. Weil sie nach den immer gleichen Vorgaben optimieren, produzieren sie ein standardisiertes Bild von Schönheit – Nutzer kann das unter Druck setzen.

Mit der richtigen App können alle schön sein

Auch Snapchat bietet seinen Nutzern einen Beauty-Filter mit vorgefertigten Schönheitsvorstellungen an – ähnlich denen von Samsung. Das geschönte Selfie kann so weit gehen, dass manche Frauen mit den veränderten Gesichtern kaum noch wiederzuerkennen sind. Im Falle der amerikanischen Serienschauspielerin Laverne Cox dachten andere Nutzer sogar, sie habe sich operieren lassen. Cox' schmale Nase ließ sich aber mit Snapchats Beauty-Filter erklären.

Das führt vor Augen, wie stark Technologiefirmen in das Online-Aussehen ihrer Nutzer eingreifen können.



Große Augen, klare Haut, der Beauty-Filter im Einsatz.

Quelle Screenshot: twitter.com, Abruf 13.07.2016

Nach welchen Regeln die Beauty-Funktionen Gesichter optimieren sollen, bestimmen die Hersteller. Das Schönheitsideal stammt dabei in der Regel aus der westlichen Welt: schlank, schmales Gesicht, schmale Nase, große Augen. Eben wie ein Snapchat-Filter.

Technologien manifestieren Schönheitsideale

Erst kürzlich sorgte ein Online-Schönheitswettbewerb für Aufsehen, bei dem ein Algorithmus die Gesichter von Menschen beurteilte: Unter den Gewinnerinnen und Gewinnern fanden sich fast ausschließlich Weiße – obwohl sich eine bunte Mischung an Menschen angemeldet hatte.

Die Wissenschaftler, die den „Beauty.AI Contest“ ausgerichtet hatten, gaben zu, dass die Gründe dafür auch bei der Personalauswahl zu finden seien, als es noch ums Programmieren ging: Eine sehr homogene Gruppe von weißen Menschen hatte den Algorithmus entwickelt.

So erklärt auch der Psychologe und Attraktivitätsforscher Martin Gründl, dass die künstliche Intelligenz sich bei dem Wettbewerb an weißen Schönheitsvorstellungen orientiert hat. „Weiße bevorzugen eher

weiße Gesichter, Schwarze bevorzugen eher schwarze und Asiaten eher asiatische Gesichter. Es ist einfach so, dass man die eigene ethnische Gruppe bevorzugt.“

Selbstoptimierung durch Filter und Beauty-Modes

Doch auch nichtweiße Frauen benutzen die westlich geprägten Beauty-Filter und legen damit über ihre Gesichter eine dicke Schicht stereotyper Schönheitsvorstellungen. Dass das westliche Schönheitsideal vielerorts auf dem Vormarsch ist, liegt vermutlich daran, dass es durch die Medien verbreitet wird – das Internet eingeschlossen. Schon lange dominieren amerikanische Serien und Blockbuster, die sehr schlanke Menschen zeigen, den internationalen Markt.

Die Schönheitsfilter der Apps und Smartphones erleichtern es, mitzuhalten. Sie verändern aber laut

Attraktivitätsforscher Gründl nicht die Schönheitsvorstellungen als solche. Makellose Haut etwa galt auch schon früher als attraktiv. Technik macht es nur leichter, sich anzupassen. Die Filter und die allgegenwärtigen aufgehübschten Fotos könnten Menschen aber auch unzufriedener machen, mit sich oder dem Partner, glaubt Gründl. Die Anwendungen könnten unter Umständen auch Essstörungen begünstigen.

Denn neu ist, dass man es sich online kaum noch erlauben kann, ein ganz natürliches Bild zu posten. „Das ist wie bei Passfotos: Wenn es Standard ist, dass jeder sein eigenes Aussehen bei Fotografen schon optimieren lässt und jeder makellose Haut hat, dann setzt einen das unter Zugzwang“, sagt Gründl. [...]

Quelle: bento, Teresa Sickert, Abruf 05.10.2016  <http://www.bento.de/style/schoenheitsideale-in-apps-standardisierte-beauty-filter-praegen-menschen-902168/>

2. Was ist das Problem an Beauty-Filtern und Co.?

3. Welche Folgen kann es haben, wenn wir dem Druck ausgesetzt sind, schön auszusehen?



Zusatzaufgabe/Hausaufgabe

Schönheit im Jahr 2022! Welche neuen Entwicklungen, Apps oder Geräte wird es in Zukunft geben? Schreibe einen kurzen Artikel für das Online-Magazin Ego-News im Jahr 2022.

„Ego-News“ Ausgabe 5/2022 NEUER TREND!

Five horizontal lines for writing the article.

PROJEKT 3: DU BIST, WAS DU POSTEST

Ziele	Die SuS setzen sich mit Do's und Don'ts der Selbstdarstellung in Sozialen Diensten auseinander. Sie können ihre Selbstdarstellung reflektieren.
Methoden	Analyse, Galeriegang
Material	Rote Klebpunkte oder rote Stifte, Profile, Lösungen Profile, Flyer WhatsApp, Snapchat, Instagram von klicksafe/handysektor, Checkbogen auf  www.klicksafe.de/mobilemedien
Zugang	Nein (Video „Selfie“ downloaden)  www.handysektor.de/mediathek/videos/erklaervideo-selfie.html

45 MIN.

Einstieg

Zeigen Sie das Handysektor Erklärvideo „Selfie“
 www.handysektor.de/mediathek/videos/erklaervideo-selfie.html

Fragen an die SUS: Welche Art Selfies habt ihr schon gemacht? Welche Selfies sollte man besser nicht veröffentlichen? Was muss man heute bei der Selbstdarstellung im Internet, und vor allem bei Bildern, besonders beachten?



Quelle: Screenshot handysektor, Abruf 14.08.2017

Erarbeitung

Hängen Sie die Fake-Profile von Dennis Müller (Instagram) und Leandra Kovac (Snapchat; beide im Anhang) im Klassenraum auf oder zeigen Sie sie über Beamer. Das Profil von Dennis Müller finden Sie zu Demonstrationszwecken auch als reales Profil auf Instagram unter  www.instagram.com/dennizz0931. Die SuS sollen nun auf den beiden Profilen die Bereiche mit einem Punkt markieren, die ihrer Meinung nach in Bezug auf Selbstdarstellung und Selbstschutz problematisch sind. Teilen Sie den SuS dazu rote Klebe-Punkte aus, die SuS können alternativ dazu rote Stifte benutzen. Besprechen Sie mit den SuS die Markierungen und lassen Sie diese begründen.

Mögliche Aspekte

- Verletzung von Bildrechten anderer auf Fotos, urheberrechtliche Vergehen bei Verwendung von Bildern und Videos aus dem Internet
- Negative Selbstpräsentation (Sexting, Feiern, Gewaltinhalte)
- Cyber-Mobbing, Hasskommentare
- Fehlender Selbst- und Fremdschutz: unzureichende Datenschutzeinstellungen (öffentliches Profil, Standortangabe, Nutzernamen in anderen Diensten, Klarnamen > Veröffentlichung vieler privater Informationen)



Hinweis:

Es kann sein, dass die SuS „glattegebügelte“ Profile ablehnen, weil sie „keinen Spaß machen“ und es in den Netzwerken, der primär ein Ort der Jugendlichen unter sich ist, um Anerkennung, auch durch gelegentliche Grenzüberschreitungen geht. Die „verhaltensoptimierten“ Beispiele sind Vorschläge, von denen natürlich auch abgewichen werden kann. Es ist jedoch wichtig, dass die Beispiele die SuS zum Nachdenken anregen.

Sicherung

Lösungen: Zeigen Sie die beiden Profile in optimierter Version am Beamer oder hängen Sie sie ausgedruckt neben die anderen Profile (im Anhang). Die SuS diskutieren darüber.

Was müsst ihr bei der Selbstdarstellung beachten?

Sammeln Sie zum Abschluss die **Do's and Dont's** der digitalen Selbstdarstellung. Formulieren Sie dazu mit den SuS fünf bis sechs Regeln an der Tafel. Sie können auch die folgenden Tipps per Beamer zeigen oder austeilen.



Tipps für die digitale Selbstdarstellung

1. **Bildrechte:** Achte die Rechte anderer. Frag nach, ob du Bilder posten darfst, auf denen auch andere zu sehen sind. Jeder hat das Recht am eigenen Bild. Auch beim Markieren anderer vorsichtig sein!
2. **Datenschutz!** Sei sparsam mit privaten Informationen für die Öffentlichkeit. Nicht jeder muss wissen, dass du gerade von deiner großen Liebe getrennt bist. Und auch deine Kontaktdaten wie Handynummer etc. sind nichts für die Öffentlichkeit.
3. **Privatsphäre!** Wer Intimes, zum Beispiel Nacktbilder, postet oder verschickt, macht sich besonders verletzlich.
4. **Fairness!** Hasskommentare oder Mobbing haben in den Netzwerken nichts zu suchen! Streitigkeiten besser nicht digital austragen!
5. **Echtheit!** Filter sind eine tolle Sache, aber sie killen die Echtheit. Echt ist manchmal einfach besser als künstliche Nachbearbeitung, denn kaum einer sieht real so aus wie auf den Bildern – auch Prominente nicht! Finde Alternativen zum Filter (z.B. tolle Lichtverhältnisse nutzen, Perspektiven beim Fotografieren ausprobieren).
6. **Generell:** Be **yourSelfie!** – denk darüber nach, wer du bist und wer du sein willst, und präsentiere dich auch digital so. Denke auch an zukünftige Arbeitgeber, die dich im Netz finden werden.





Zusatzaufgabe/Hausaufgabe

- Teilen Sie zum Abschluss der Stunde die Flyer Instagram, Snapchat, musical.ly, facebook, YouTube und WhatsApp aus, bestellbar im Klassensatz auf www.klicksafe.de/materialien
- In Partnerarbeit schauen sich die SuS gegenseitig die eigenen Social Media-Profile an. Vorsicht: Vertrauen zwischen den SuS ist hier Voraussetzung, da Profile u. U. sehr persönliche Inhalte haben können.

Schnelle Variante: Selbstcheck der eigenen Bilder im Fotospeicher des Smartphones.

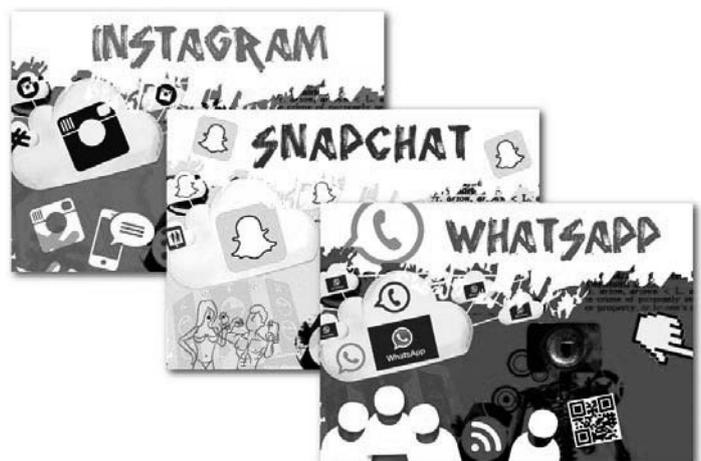
Dazu Check-Bogen „Digitale Selbstdarstellung“ austeilten, zum Download auf www.klicksafe.de/mobilemedien

handysektor | klicksafe.de

CHECK-BOGEN „DIGITALE SELBSTDARSTELLUNG“

Bildrechte • Hast du Bilder von anderen gepostet, ohne sie vorher zu fragen? Denk dran, jeder hat das Recht am eigenen Bild!	<input type="radio"/> JA	<input type="radio"/> NEIN
Datenschutz • Sind deine persönlichen Daten (Adresse, Geburtsdatum, Kontaktmöglichkeiten) in deinen Diensten für alle Nutzer sichtbar? • Sind deine Bilder und Videos in den Diensten für alle sichtbar?	<input type="radio"/> JA	<input type="radio"/> NEIN
Privatsphäre • Gibt es im Profil oder Handy- Fotoalbum Bilder oder Videos von dir, auf denen du nackt oder in Bikini/Badehose/Unterwäsche zu sehen bist? • Gibt es im Profil oder Handy- Fotoalbum Bilder oder Videos von dir, wo du dich in einer privaten Situation zeigt (z. B. beim Kuscheeln oder Küssen mit Freund(in)?	<input type="radio"/> JA	<input type="radio"/> NEIN
Fairness • Gibt es beleidigende Kommentare oder • Peinliche Bilder, die du anderen gepostet hast?	<input type="radio"/> JA	<input type="radio"/> NEIN
Echtheit • Versuchst du, einem Vorbild nachzueifern und jedes Bild technisch zu optimieren?	<input type="radio"/> JA	<input type="radio"/> NEIN
Better be good • Gibt es Bilder, Posts oder andere Dinge, die du bereust?	<input type="radio"/> JA	<input type="radio"/> NEIN

Auswertung
0-2 Ja-Antworten: Du verhältst dich verantwortungsvoll dir selbst und anderen gegenüber.
3-5 Ja-Antworten: Denk darüber nach, wie du deine Selbstdarstellungen verhalten in den sozialen Diensten optimieren kannst.
6-8 Ja-Antworten: Eine Stunde Nachsitzen! Auf den klicksafe/handysektor-Flyern zu WhatsApp, Facebook, Musical.ly und Instagram kannst du nachlesen, wie man richtige Selbstdarstellungen wählt! www.klicksafe.de/materialien



Ansicht Check-Bogen „Digitale Selbstdarstellung“

Profil Dennis Müller (Instagram)

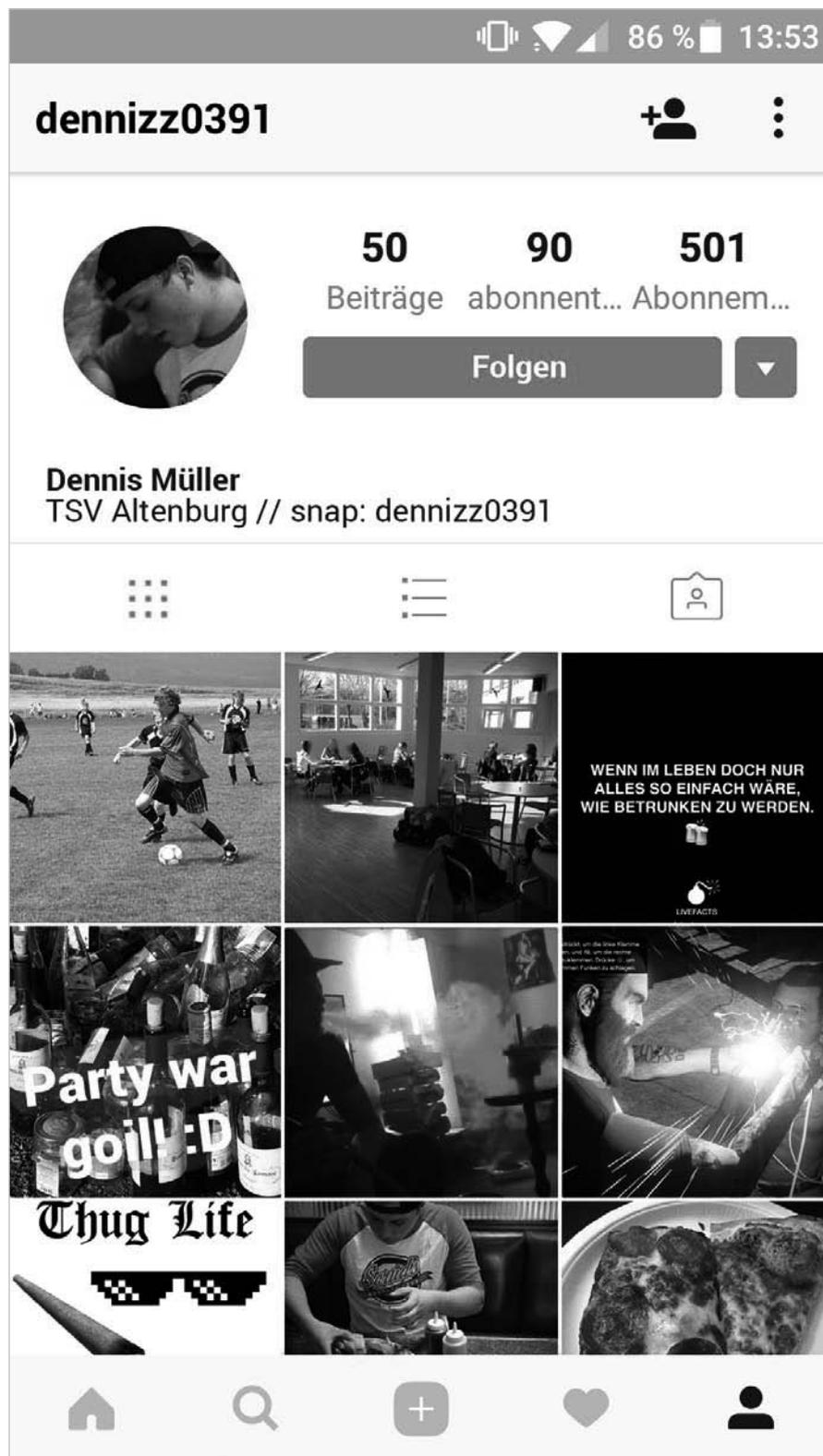


Bild 1: Profilbeispiel Dennis Müller

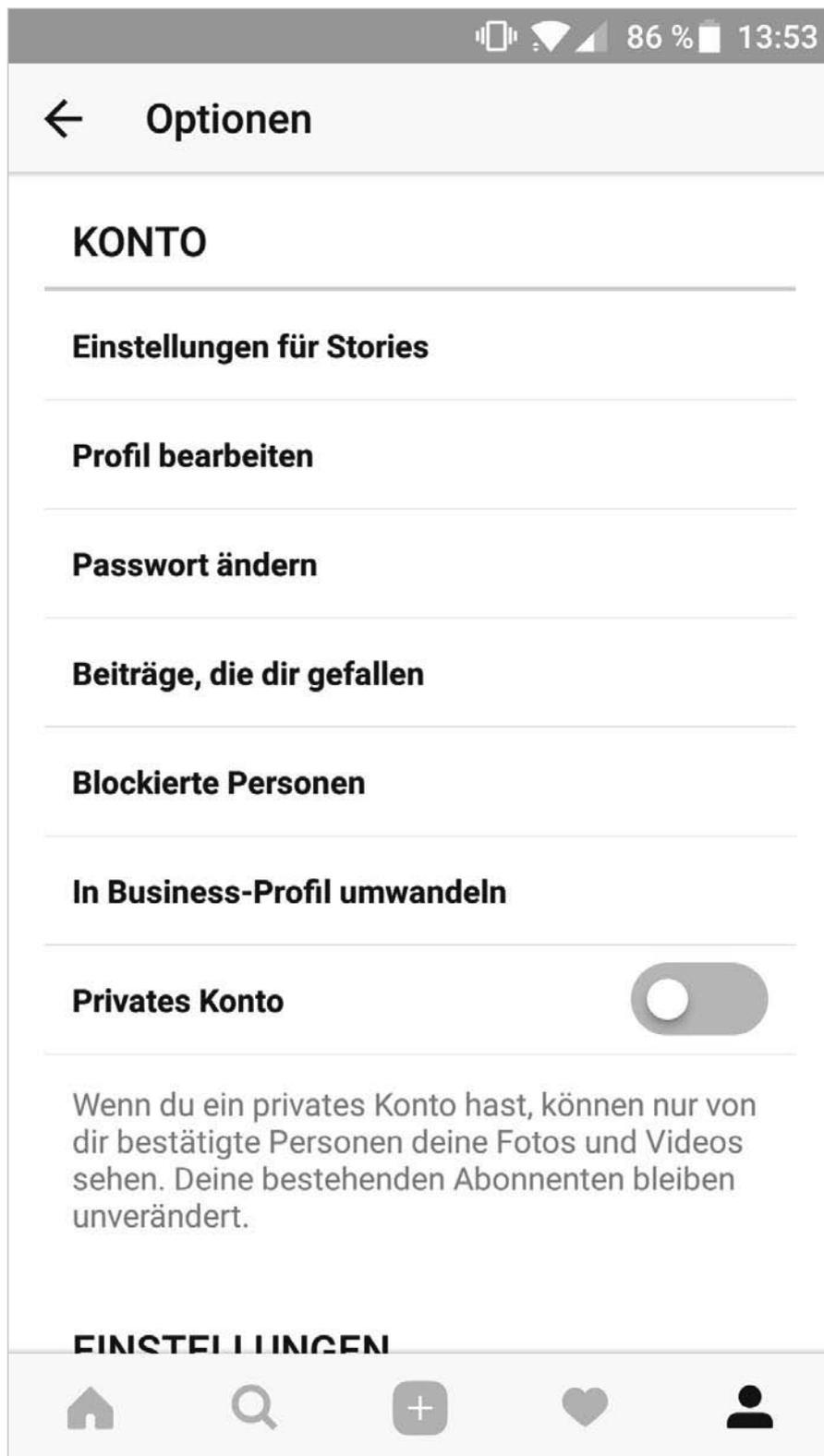


Bild 2: Einstellungen Privatsphäre



Bild 3: Profilbeispiel

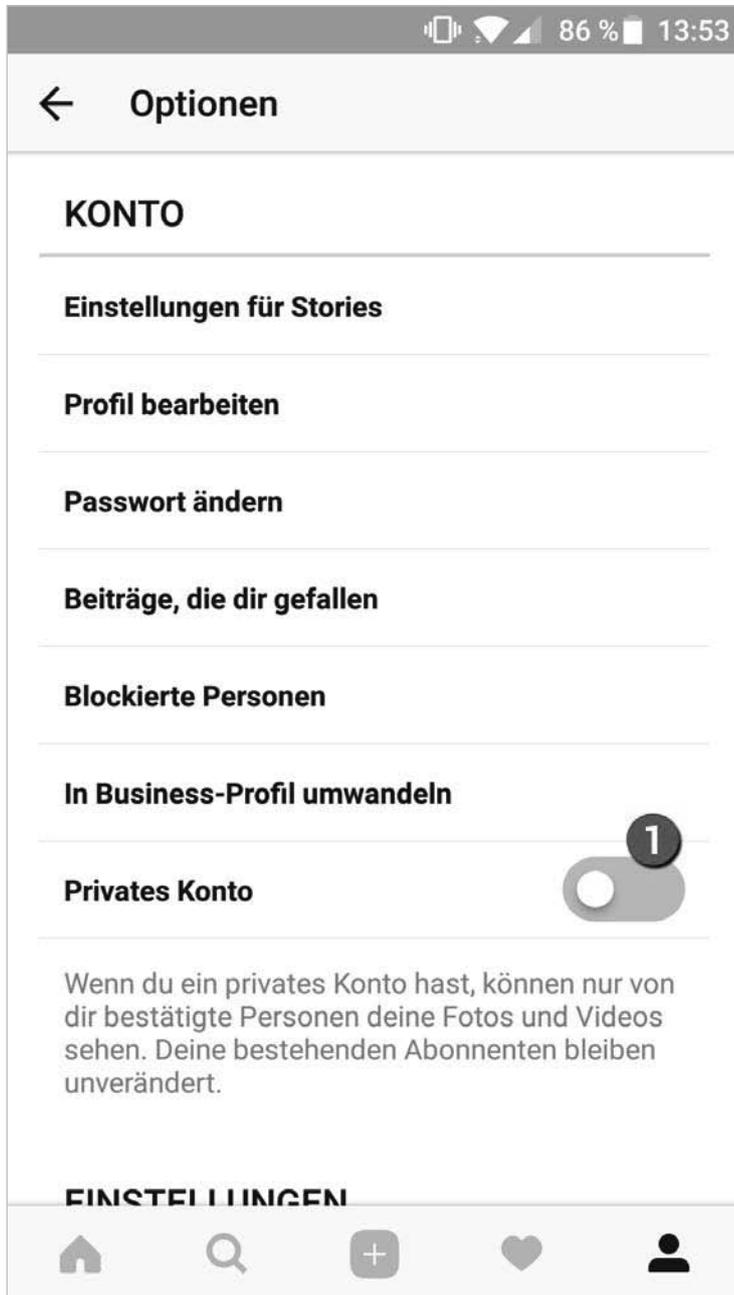


Bild 4: Profilbeispiel



Bild 5: Lösung Profilbeispiel Dennis Müller

1. Öffentliches Profil: Das Profil ist für alle Instagram-Nutzer sichtbar, ohne dass diese zuvor eine Anfrage stellen müssen. In den Einstellungen sollte das Profil auf „Privat“ umgestellt werden.
2. Klarname: Der vollständige Name des Nutzers ist sichtbar. Besser: Nur der Vor- oder ein Spitzname, den nur Freunde kennen.
3. Private Informationen: Der Sportverein wird genannt. Mit diesen Informationen kann im Netz zum Nutzer eventuell mehr herausgefunden werden (z.B. Wohnort, Trainings- und Spielzeiten der Mannschaft etc.).
4. Snapchat-Nutzername: Damit können andere u.U. auch die Bilder in der Snapchat-Story betrachten (abhängig von den Privatsphäre-Einstellungen in Snapchat). Datenschutz-Grundsatz im Netz: Verknüpfung von Datensätzen/Profilen durch Fremde möglichst vermeiden.
5. Inhalt der Beiträge: Einige der Bilder sind nicht für die Öffentlichkeit gedacht (Partyfotos, Rauchen, Sprüche über Alkohol, Gewalt in Computerspielen etc.). Auch bei einem privaten Profil gilt: Dieser Nutzer wird von 90 Personen abonniert, d.h. sie können seine Beiträge sehen und diese auch abspeichern und verbreiten. Sind wirklich alle so gute Freunde, dass sie diese Beiträge sehen sollten?



1. Öffentliches Profil: Das Profil ist für alle Instagram-Nutzer sichtbar, ohne dass diese zuvor eine Anfrage stellen müssen. In den Einstellungen sollte das Profil auf „Privat“ umgestellt werden.

Bild 6: Lösung Einstellungen Privatsphäre



1. Ort markiert: zeigt anderen Nutzern genau an, wo das Bild aufgenommen wurde. Detaillierte Geodaten sollten grundsätzlich nicht öffentlich geteilt werden (in den Einstellungen löschen).
2. Personen erkennbar: Die aufgenommenen Personen sind nicht unkenntlich gemacht (Stichwort: Recht am eigenen Bild).
3. Negative Äußerung: Gerade bei einem öffentlichen Profil machen solche Äußerungen keinen besonders guten Eindruck.

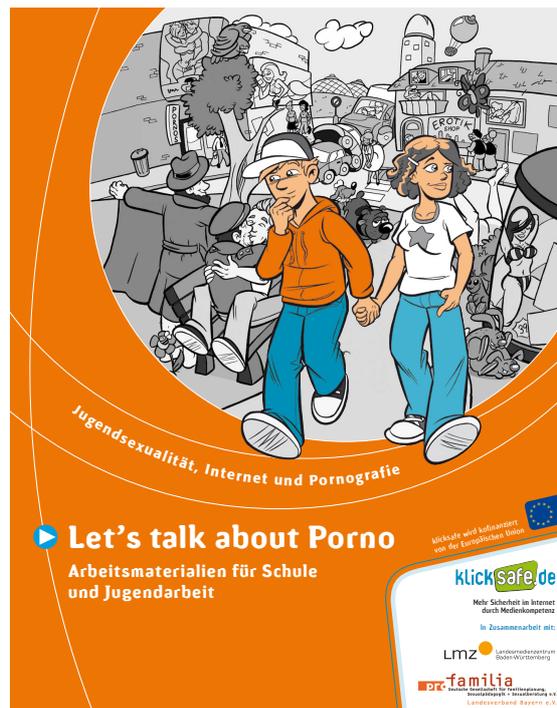
Bild 7: Lösung Profilbeispiel



1. Ort markiert: zeigt anderen Nutzern genau an, wo das Bild aufgenommen wurde. Detaillierte Geodaten sollten grundsätzlich nicht öffentlich geteilt werden.
2. Personen erkennbar: Die aufgenommenen Personen sind nicht unkenntlich gemacht (Stichwort: Recht am eigenen Bild).
3. Nutzer markiert: Eine andere Person wurde auf dem Bild markiert, d.h. das Profil dieses Nutzers kann von dieser Markierung aus direkt aufgerufen werden. Andere Nutzer sollten nur markiert werden, wenn sie zuvor gefragt wurden und zustimmen.
4. Private Informationen: Der Sportverein wird genannt. Mit diesen Informationen kann im Netz zum Nutzer eventuell mehr herausgefunden werden (z.B. Wohnort, Trainings- und Spielzeiten der Mannschaft etc.).
5. Beleidigungen: Weder privat noch öffentlich sind solche Beleidigungen in Ordnung. Doch gerade so öffentlich und nachweisbar können sie für den Äußern den ernste Konsequenzen haben.

Bild 8: Lösung Profilbeispiel

zusätzliche Materialien 2 - Auszug aus:



mit freundlicher Genehmigung von Klicksafe

Zu finden unter:

<https://www.klicksafe.de/themen/problematische-inhalte/pornografienutzung/modul-lets-talk-about-porno>



Dieses Modul steht unter der obigen Creative-Commons-Lizenz, d.h., die nichtkommerzielle Nutzung und Verbreitung ist unter Angabe der Quelle klicksafe und der Webseite www.klicksafe.de erlaubt. Sollen über die genannte Lizenz hinausgehende

Erlaubnisse gewährt werden, können Einzelabsprachen mit klicksafe getroffen werden. Wenden Sie sich dazu bitte an info@klicksafe.de. Weitere Informationen unter: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>



**Bin ich schön?
Bin ich sexy?**

**Schönheitsideale in
unserer Gesellschaft**



Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...

Baustein 1 | Leben in der Pubertät

• **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**

Baustein 3 | Pornografie im Netz

Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation

Interviews und Literaturhinweise

Sachinformation

Wer ist die Schönste im ganzen Land?

Die Frage nach der Wirkung auf andere gewinnt in der Adoleszenz an Brisanz und spitzt sich häufig auf das äußere Erscheinungsbild zu. Das eigene Aussehen bzw. die körperliche Entwicklung wird einer permanenten und überaus kritischen Selbstbeobachtung unterzogen. Die Fragen „Bin ich schön?“ bzw. „Bin ich attraktiv für andere?“ stellen sich für Mädchen wie für Jungen gleichermaßen. Sie stehen meist in deutlichem Bezug zu gängigen kulturellen Schönheitsidealen und Geschlechterstereotypen. Speziell bei Mädchen spielen subjektiv wahrgenommene Probleme mit dem Körpergewicht und der Figur eine große Rolle. Diese Orientierung steht allerdings in mehr oder weniger ausgeprägtem Gegensatz zum biologisch normalen Wachstumsprozess des weiblichen Körpers in der Pubertät, der in dieser Zeit durchschnittlich elf Kilo an Körperfetten zunimmt.

„Naja ich will abnehmen weil ich mich übelst schäme wenn ich mein Gewicht sagen muss.. „wie viel wiegst du?“ „52 Kilo un ihr. Das is soo peinlich.. andere in meinem alter wiegen 45 kilo oder so. =(“ [sic!] Mädchen, 12 Jahre

Die Wahrnehmung dessen, was gesellschaftlich als attraktiv gilt, ist allerdings nichts Objektives, sondern einem ständigen Wandel unterworfen. Schlankheit und Sportlichkeit war nicht immer das Ideal von Schönheit. Erst zu Beginn des 20. Jahrhunderts konnte sich diese Attraktivitätsvorstellung durchsetzen. Aber auch in der jüngeren Vergangenheit ist dieses Ideal im Fluss. So galt in der Zeit nach dem 2. Weltkrieg ein üppiger weiblicher Körper mit ausgeprägten sekundären Geschlechtsmerkmalen, wie ihn z. B. Sophia Loren, Gina Lollobrigida oder Marilyn Monroe verkörperten, als Schönheitsideal. Ein anderes Beispiel: Die erste Miss Schweden im Jahre 1951 war 171 cm groß und wog 68 Kilo. Im Jahr 2004 lag die Größe der Miss Schweden bei 178 cm und ihr Gewicht bei 52 Kilo.

Zudem gilt die westliche Vorstellung von körperlicher Attraktivität keineswegs in allen Erdteilen. Die Ideale von körperlicher Schönheit unterscheiden sich z. B. hinsichtlich Augen- und Gesichtsform, Körpergröße, Oberweite, Hüfte oder Po, je nachdem, ob man sich in Asien, Afrika, Europa oder Südamerika befindet.

„hey, ich fühle mich einfach viel zu dick in meinem körper ... Ich bin 1.62 groß und wiege 62kg und ich finde das ist einfach zu viel ich habe auch nen dicken bauch und etwas dickere Oberschenkel. ich finde das total hässlich ich traue mich kaum in einem t-shirt rumzulaufen was etwas enger anliegt weil man sowas sonst sofort sieht oder im schwimmbad im bikini rumzulaufen ich ziehe dann immer den bauch ein damit man es nich so doll sieht ...“ Mädchen, 14 Jahre

Schau mich an!

Mitunter erscheint Erwachsenen die Selbstdarstellung Jugendlicher im Internet als aufreizend oder sexualisiert. Dieser Eindruck bezieht sich meist auf selbst angelegte Profilbilder und Fotoalben in den Online-Communitys. Oft haben Jugendliche diese sogenannten „Ego-Pics“ oder „Ego-Bilder“ selbst von sich geschossen. Auffällig an dieser Art der Selbstinszenierung ist die Nähe zu Fotomodel-typischen Darstellungsformen. Eine sexualisierte Konnotation ergibt sich aus den Körperhaltungen, mit denen sekundäre Geschlechtsmerkmale wie Muskeln, Brüste, Bauch, Statur oder Po in den Vordergrund gestellt werden, daneben freizügige Bekleidung, die Mimik (z. B. der Kussmund) sowie die Art des Blicks mit einem lasziven, überlegenen oder fordernden Ausdruck.

Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...

Baustein 1 | Leben in der Pubertät

• **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**

Baustein 3 | Pornografie im Netz

Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation

Interviews und Literaturhinweise

Die sexuelle Konnotation der Selbstdarstellungen muss nicht im Vordergrund der Motivation Jugendlicher stehen. Sie entsteht vielmehr erst im Auge des Betrachters. Was ist sexualisiert und was machen wir durch unsere Wahrnehmung daraus? Auch das Sehen kann sexualisiert sein. Und selbst wenn die Jugendlichen eine sexuelle Konnotation in ihrer Selbstdarstellung beabsichtigen, so können sie nicht immer einschätzen, welche Reaktion das beim Betrachter auslöst. Gerade junge Mädchen machen sich meist keine Gedanken darüber, wie und wie stark ihre sexy Posen auf Männer wirken. Sie machen sich nicht bewusst, dass es Männer gibt, die anders auf ihre Posen reagieren als ihre Freundinnen bzw. die Peergroup. Darüber hinaus reichen die Motive der Jugendlichen von ironischen Bezügen über jugendtypische Koketterie, dem Spiel mit den Posen aus der Werbe-, Mode- und Filmwelt bis hin zur versuchten Attraktivitätssteigerung.

Jugendliche bedenken oft nicht, welche Folgen der allzu sorglose Umgang mit eigenen (Halb-)Nacktaufnahmen nach sich ziehen kann. Die versendeten Bilder können als Druckmittel eingesetzt oder sie können veröffentlicht und einem größeren Publikum zugänglich gemacht werden. Das Material kann z. B. nach einer beendeten Beziehung als Rache, zur Erniedrigung oder zum Bloßstellen anderer verwendet werden („Wenn du mich verlässt, sieht dich die ganze Schule beim Sex“).



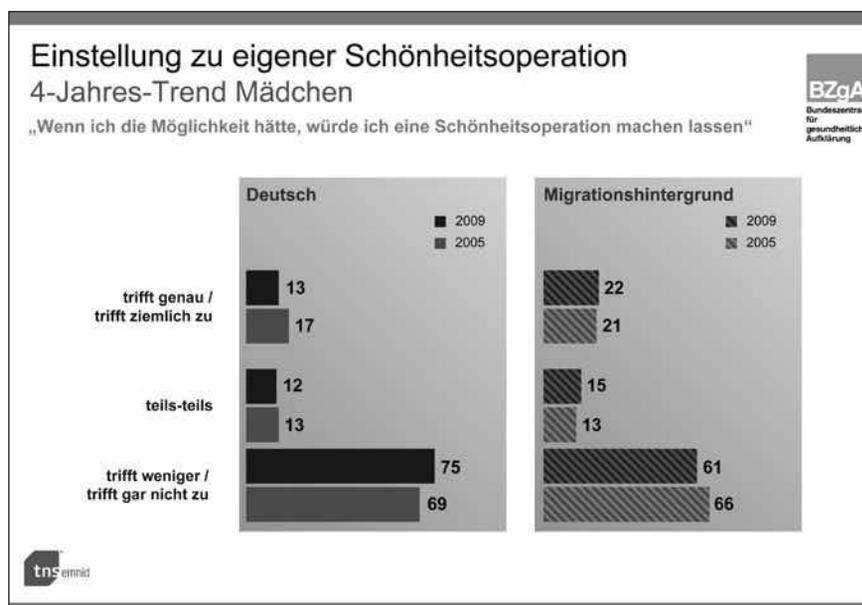
Sexting

Unter Sexting versteht man den **freiwilligen** Austausch von selbstgemachten Nackt- oder Halbnacktbildern über das Handy, das Internet oder über Instant Messaging. Beim Versenden von Bildern ebenso wie bei Live-Kameras (heute ist in jedem Laptop eine Kamera integriert!) fehlt Jugendlichen häufig das Bewusstsein dafür, dass nicht nur der unmittelbare Gesprächspartner das Material sehen kann, sondern in manchen Fällen die gesamte Internetgemeinde.

Body-Modification

Die Frage der körperlichen Attraktivität („Bin ich schön?“) – ist eng eingebunden in die Suche nach sozialer Anerkennung („Bin ich beliebt?“). Mode, (Körper-)Schmuck, Styling und Musik sind Mittel der Selbstdarstellung, die einerseits eine Abgrenzung von gesellschaftlichen Normen und Erwartungen ermöglichen sowie andererseits das Kernbedürfnis nach Zugehörigkeit zur Peergroup erfüllen.

Die bewusste Gestaltung des eigenen Körpers und der Versuch, die körperliche Wirkung auf andere zu kontrollieren, entsprechen dem Zeitgeist. Die Angebote der Schönheitsindustrie reichen von Beauty-



Mädchen mit Migrationshintergrund stehen Schönheitsoperationen deutlich aufgeschlossener gegenüber als deutsche Mädchen. Quelle: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung 2010



Produkten bis hin zu chirurgischer Körpergestaltung. Body-Modification (engl. = Körperveränderung) steht dabei als Überbegriff für alle Arten der künstlich verursachten Veränderung des körperlichen Erscheinungsbildes, etwa in Form von Tattoos, Piercings, Brandings oder den klassischen Schönheitsoperationen, wie z. B. Brustvergrößerung oder Fettabsaugen. Die häufige Berichterstattung über Prominente aus Film, Musik und Modewelt, die ihren Körper mit Piercings, Tattoos oder schönheitschirurgischen Eingriffen künstlich verändern, mögen diese Formen der Körperveränderung beinahe als gesellschaftliche Normalität erscheinen lassen. Der BZgA-Studie 2010 zufolge hegt in Deutschland allerdings nur ein geringer Prozentsatz der Mädchen den Wunsch nach einer Schönheitsoperation. Zudem ist in den letzten Jahren die Akzeptanz operativer Maßnahmen bei Mädchen etwas zurückgegangen.

„Das Bauchnabelpiercing war das Erste, ich war vierzehn. Piercings waren damals stark im Aufkommen. Sonja [die beste Freundin; Anm. d. Verf.], hatte zuerst eins und ich empfand's als mega cool. Ich wollte auch eine der ersten sein, mich von anderen abheben, cool sein. Einige Tage später gingen wir dann zusammen ins Studio, und ich liess mir auch eins machen.“ Cat

„Bilder im Internet, insbesondere pornografische, sind wesentlich anschaulicher und wirkungsmächtiger als das bloße Reden oder Schreiben über Sexualität – sie füllen die sinnliche Vorstellungslücke.“

Jakob Pastötter, Sexualwissenschaftler

Auch Jungen müssen schön sein

In den letzten Jahren ist auch bei männlichen Jugendlichen ein zunehmender Körperkult zu beobachten, der sich an Sportlichkeit sowie an einem gewissen Körperpflegekult orientiert. Ablesbar ist dies auch an der deutlich gestiegenen Akzeptanz und Nutzung von Fitnessstudios sowie vermehrten Fragen über Intim- bzw. Ganzkörperrasur, die nun auch von Jungen geäußert werden. Der BZgA-Studie 2010 zufolge ist die Fitness für vier von fünf männlichen Jugendlichen das wichtigste Attraktivitätsmerkmal überhaupt. Für über die Hälfte der männlichen Jugendlichen ist „Sich-Stylen“, also die bewusste Gestaltung des äußeren Erscheinungsbildes, kennzeichnend für ihr Verhältnis zum eigenen Körper.

Auch die mediale Inszenierung von Schönheit in sozialen Netzwerken zielt nicht mehr nur auf Mädchen und Frauen ab, sondern in den letzten Jahren auch sehr stark auf männliche Jugendliche und erwachsene Männer. Dabei werden Schlankheit, ein makelloser, glatter und muskulöser Körper und dessen kosmetische Bearbeitung postuliert. Und natürlich zeigt diese mediale Inszenierung männlicher Schönheitsideale Wirkung.

Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...

Baustein 1 | Leben in der Pubertät

• **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**

Baustein 3 | Pornografie im Netz

Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation

Interviews und Literaturhinweise

Deutschland sucht den Superbody

In Illustrierten, aber auch in Werbung, Jugendmagazinen, Filmen, TV-Soaps oder den aktuell so beliebten Castingshows „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS) und „Germany's Next Topmodel“ (GNTM), werden Jugendlichen Identifikationschablonen angeboten, wie man sich als Frau oder als Mann verhalten soll, was attraktiv ist oder was das andere Geschlecht denkt. Solche Inszenierungen, die auch die Darstellungen in den Bereichen des Sports und der Musik umfassen, haben für Jugendliche zwei zentrale Entwicklungsfunktionen: Zum einen wird soziale Akzeptanz und Beliebtheit u. a. über die Fähigkeit hergestellt, bei den im Kreis der Peergroup aktuell wichtigen (Medien-)Themen mitreden zu können. Zum anderen setzen sich Jugendliche mit medial vermittelten Inhalten und Botschaften aktiv und bewusst auseinander – und zwar überwiegend im Kreise Gleichaltriger. Zu welchem Ergebnis sie dabei kommen („So will ich auch sein“ vs. „Das ist doch blöd“), hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab, etwa biografischen Erfahrungen, der jeweiligen Persönlichkeitsstruktur, wie auch von aktuellen sozialen Unterstützerstrukturen. Der Sinn medialer Inhalte wird also nicht einfach blind übernommen, sondern erst in der sozialen Interaktion in der Peergroup oder dem sozialen Umfeld konstruiert.

So „wirken“ Castingshows

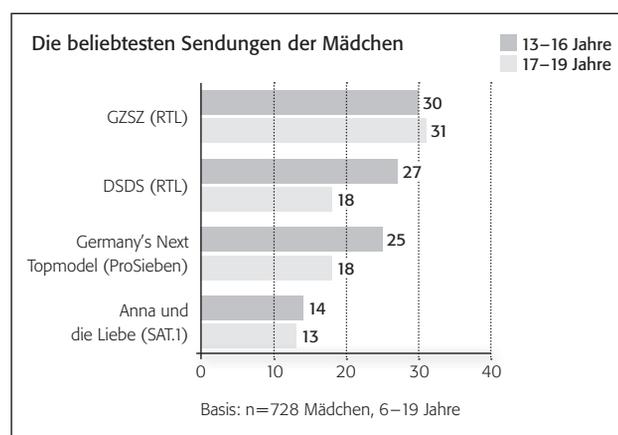
Gerade Mädchen bzw. junge Frauen fixieren sich in der Pubertät häufig auf ein körperliches Schönheitsideal, das Schlankheit, reine Haut und stimmige körperliche Proportionen vorschreibt, wie sie im wirklichen Leben kaum vorkommen. Studien bestätigen, dass Castingshows wie „Germany's Next Topmodel“ diesen Druck verstärken und insbesondere jugendliche Mädchen veranlassen, ihren Körper noch kritischer zu sehen.

„Dann denke ich mir meistens, Warum ich nicht so dünn bin.“ Mädchen, 15 Jahre

„In Castingshows oder Topmodel-Shows werden Jugendliche abgewertet; das ist wirklich schon eine Form seelischer Grausamkeit.“
Ursula Enders, Zartbitter e.V. Köln

Bei Jungen spielt eher ein gewisser Voyeurismus eine Rolle. Schöne Menschen zu sehen, ist gerade für männliche Jugendliche der häufigste Grund, DSDS oder GNTM anzusehen. Darüber hinaus wird v. a. bei männlichen Jugendlichen der harte, kompromisslose und beleidigende Ton in diesen Formaten als Ehrlichkeit und damit auch als Vorbild für das eigene (männliche) Verhalten wahrgenommen. Dieser aggressive Kommunikationsstil kann durchaus kritisch im Sinne einer um sich greifenden „Kultur des Niedermachens“ gesehen werden.

Generell wird der künstliche und inszenierte Charakter dieser TV-Formate, insbesondere von den jüngeren Jugendlichen (bis ca. 14 Jahre), meist nicht erkannt und verleitet sie so, die hier angebotenen Wahrnehmungsschablonen unhinterfragt zu übernehmen. Damit bestimmte Verhaltensweisen nicht unreflektiert übernommen werden, sollte mit Jugendlichen eine Wertediskussion hierüber angestoßen werden.



Castingshows finden ihr Publikum insbesondere bei den jüngeren Mädchen. Quelle: iconkids & youth 2009

Zusammenfassung

Der Einfluss der veröffentlichten Schönheits- und Schlankheitsbilder ist fatal und das Bemühen um einen Körper, der der Norm entspricht, ist meist aussichtslos. Dabei wollen Jugendliche und auch Erwachsene in erster Linie nur „normal“ sein und sich in ihrem Körper sicher fühlen. Mediale Inszenierungen dienen dabei als Orientierung. Damit Verhaltensweisen und Darstellungen in Medien nicht unreflektiert übernommen werden, sollte Jugendlichen die Möglichkeit zur Reflexion über eigene und inszenierte Körperbilder geboten werden. Der Wunsch nach körperlicher Attraktivität („Bin ich schön?“) ist eng eingebunden in die Suche nach sozialer Anerkennung („Bin ich beliebt?“). Jugendliche erproben ihre Wirkung und Beliebtheit häufig über Selbstdarstellungen in Online-Communities, v. a. über Profilbilder und selbst angelegte Fotoalben. Sie können dabei

jedoch nicht immer einschätzen, welche Reaktionen diese Darstellungen beim Betrachter auslösen, gerade wenn sie sich besonders „sexy“ präsentieren.

Die nachfolgenden Projekte „Schönheitsideale“ und „Bin ich schön?“ bieten Reflexionsmöglichkeiten über mediengemachte Schönheitsideale und den Einfluss auf die eigene Darstellung. Ebenso wird über Beispiele vermittelt, dass Schönheitsideale von der Gesellschaft gemacht werden und veränderbar sind. Auch über „sexualisierte Selbstdarstellung“ und deren Wirkung auf den Betrachter soll nachgedacht werden. Kritisch werden in diesem Zusammenhang auch Castingshows betrachtet – und mit dem Projektvorschlag „Sex sells“ ist eine Analyse von Werbung im Hinblick auf deren Botschaft und Einfluss von sexistisch-pornografischen Inhalten möglich.

Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...

Baustein 1 | Leben in der Pubertät

• **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**

Baustein 3 | Pornografie im Netz

Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation

Interviews und Literaturhinweise

Weiterführende Informationen

 <http://www.unilever.de/brands-in-action/detail/Dove/312458/>

Zielgruppe: Mädchen, Erwachsene

Die Kampagne mit Filmen und Material für PädagogInnen wurde von Unilever initiiert.

Die Filme finden Sie hier:

<http://www.youtube.com/user/dovedeutsch>

 www.lehrer-online.de/posenbilder.php

Zielgruppe: PädagogInnen, Erwachsene

Ein kleiner Überblick zum Thema Kinder und Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung – und die rechtlicher Relevanz

 **Wer bleibt drin, wer fliegt raus? Was Kinder und Jugendliche aus Deutschland sucht den Superstar und Germany's Next Topmodel mitnehmen**

von Maya Götz und Johanna Gather

Zielgruppe: Erwachsene

Der Artikel über die Wirkung von Castingshows auf Jugendliche im Fernsehmagazin *television* stellt die Ergebnisse der Studie „Deutschland sucht den Superstar und Germany's Next Topmodel. Castingshows und ihre Bedeutung für Kinder und Jugendliche“ dar. (Im Internet unter www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/23_2010_1/castingshows.pdf)

Castingshows und ihre Bedeutung für Kinder und Jugendliche“ dar. (Im Internet unter www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/23_2010_1/castingshows.pdf)

 **Dr. Sommer Studie 2009: Liebe! Körper! Sexualität!**

Zielgruppe: Erwachsene

Umfrage von Anfang 2009 unter mehr als 1200 Jugendlichen.

(www.baueradvertising.de/uploads/media/BRAVO_Dr-SommerStudie2009_Sperrfrist_2009-05-12_gr.pdf)

 **Manage deinen Körper**

von Ursula Nuber, erschienen in *Psychologie heute compact*; Unser Körper; Heft 26, 2010, S. 8–13

Zielgruppe: Erwachsene

Die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper ist in unserer Gesellschaft weit verbreitet. Das *Psychologie heute compact*-Heft geht Phänomenen zwischen Körperbesessenheit und Körperignoranz nach.

 **Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung: Jugendsexualität. Repräsentative Wiederholungsbefragung von 14- bis 17-Jährigen und ihren Eltern. Aktueller Schwerpunkt Migration. 2010**

Zielgruppe: Erwachsene

Umfangreiche Studie zu verschiedensten Aspekten der Jugendsexualität mit – zum ersten Mal – einem besonderen Fokus auf Jugendliche mit Migrationshintergrund. Die Erhebung erfolgte Mitte 2009 mit über 5.600 Interviews.

(Im Internet unter www.bzga.de/pdf.php?id=50d94e7e90a5bc55df165f7d07dcaba9)

 **Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung Jugendlicher. Analyse jugendnaher Plattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen. 2009**

von Ulrike Wagner, Niels Brügger und Christa Gebel

Zielgruppe: Erwachsene

Die JFF-Studie untersucht das Internet als Rezeptions- und Präsentationsfläche für Jugendliche.

 **Heranwachsen mit dem Social Web – Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen**

von Jan-Hinrik Schmidt, Ingrid Paus-Hasebrink und Uwe Hasebrink

Zielgruppe: Erwachsene

Die Studie untersucht, inwiefern das „Social Web“ Jugendlichen hilft, jugendtypische Entwicklungsaufgaben zu meistern.

(Zusammenfassung im Internet unter <http://www.hans-bredow-institut.de/de/forschung/jugendliche-web-20>)

 **Pornografie im Internet auf <http://www.lmz-bw.de/pornografie.html>**

Zielgruppe: Erwachsene

Ein Überblick zum Thema mit Hinweisen auf Texte, Filme, Fachtagungen

 **Welche Rollenbilder vermittelt das Fernsehen?**

Sendung in der Reihe *Lebenszeit*, Deutschlandradio

Zielgruppe: Erwachsene

www.dradio.de/dlf/sendungen/lebenszeit/2095456/

Methodisch-didaktische Hinweise – Übersicht über die Projekte

Projekte	Zeit- angabe (in Min.)	Ziel- gruppe	Ziele	Methoden	Organisations- formen	Zusätzliches Material	Zugang Internet/ PC
Projekt 6 Schönheits- ideale	60	ab 12	Bildbeispiele zeigen, dass Schönheitsideale von der Gesellschaft gemacht werden und veränderbar sind	„Mein Traum-partner“, Bildbetrachtung	Einzelarbeit, Gruppenarbeit, Gesamtgruppe	–	nein
Projekt 7 Bin ich schön?	60	ab 14	Reflexion über medien-gemachte Schönheits-ideale und den Einfluss auf die eigene Selbst-wahrnehmung	Retuscheseiten im Internet ausprobieren, Vergleich von Schaubildern	Partnerarbeit, Gesamtgruppe, Einzelarbeit	–	ja
Projekt 8 Castingshow	60	ab 14	Auseinandersetzung mit verschiedenen Meinungen zum Thema Model-business und freizügige Selbstdarstellung	Rollenspiel	7er-Gruppen	Evtl. Requisiten, Verkleidung	nein
Projekt 9 Sex sells	60	ab 16	Analyse von Werbung im Hinblick auf deren Botschaft und Einfluss	Plakate erstellen, Partnerinterview, Fallbeispiele beurteilen	4er-Gruppen, Galeriegang, Partnerinterview	Magazine und Zeitungen	nein
Projekt 10 Sexualisierte Selbst- darstellung	45	ab 14	Sexualisierte Selbstdarstellung in unterschiedlichen Fällen reflektieren	Fallbeispiele beurteilen	Einzelarbeit, Gesamtgruppe, Gruppenarbeit	Film „Every-body knows your name“	ja

- Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...
 Baustein 1 | *Leben in der Pubertät*
 • **Baustein 2 | *Schönheitsideale in unserer Gesellschaft***
 Baustein 3 | *Pornografie im Netz*
 Baustein 4 | *Sexualisierte Kommunikation*
 Interviews und Literaturhinweise

Beschreibung zu Projekt 6: Schönheitsideale

Thema	Das Arbeitsmaterial „Schönheitsideale“ zeigt anhand von Bildbeispielen, dass Schönheitsideale von der Gesellschaft gemacht werden und veränderbar sind. Es thematisiert auch die Bedeutung von Idealbildern für Jugendliche und ihre Anfälligkeit oder Resistenz dagegen.
Zielgruppe	ab 12 Jahren
Organisationsform	Einzelarbeit, Gruppenarbeit, Gesamtgruppe
Zeit	60 Minuten
Vorbereitung	Grafik Traumfrau/Traumtyp aus Dr. Sommer für die Jugendlichen zugänglich machen
Methodische Hinweise	<p>Ablauf: Möglicher Einstieg: Bevor das Arbeitsmaterial ausgeteilt wird, bekommen die Jugendlichen ca. 5 Minuten Zeit und notieren anonym, wie ihre Traumfrau/ihr Traummann aussieht. Die Zettel werden nach Geschlechtern getrennt eingesammelt und beiseite gelegt. In geschlechtergetrennten Kleingruppen erhalten die Jugendlichen die Vorlage Frauen- bzw. Männerbilder und bearbeiten die Arbeitsvorlage Projekt 6 „Schönheitsideale“. Lösung Aufgabe 2: Text 1 = Marie Antoinette, Ludwig XIV.; Text 2 = David von Michelangelo, ABBA, GNTM, Rolling Stones, David Beckham; Text 3 = Venus von Malta, Rubens, Marilyn Monroe</p> <p>Auswertung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Schönheitsideale wandeln sich, es gibt nicht DIE Schönheit. ■ Schönheitsideale werden von der Lebenssituation und Kultur der Menschen mitbestimmt (z. B. gilt in armen Zeiten mollig als schön, in gesundheitsbewussten Zeiten sportlich und schlank). ■ Ideale können zum Zwang werden (z. B. Fitnesstraining, Hungerkuren, Schönheitsoperationen, auch Intimirasur). ■ Muss man schön sein, um Erfolg zu haben? ■ Sollten alle dem einen Ideal entsprechen? ■ Was ist für euch schön? <p>Nun kann eine Auswertung der Notizen „Wie sieht eure Traumfrau/euer Traummann aus?“ vom Anfang des Projektes erfolgen. Hierzu kann z. B. die unten stehende Grafik (Mrs. Right ...) gezeigt werden (z. B. auf Overheadfolie). Die Jugendlichen behaupten erfahrungsgemäß, sich nicht durch die gängigen Schönheitsideale beeinflussen zu lassen, sondern mehr auf die inneren Werte zu achten, können bei der Auswertung aber oft erkennen, dass sie doch mehrheitlich dem Schönheitsideal folgen.</p>
Zugang Internet/PC	nein

Hinweis: In den letzten Jahren gab es immer wieder „OP-Shows“ im Fernsehen (*The Swan / ProSieben, I want a famous face / MTV, Extrem schön / RTL2*). In solchen Shows können sich Menschen für eine vom Sender finanzierte Schönheitsoperation bewerben. Der ZDF-Fernsehrat befürchtete in diesem Zusammenhang, dass die Schönheitschirurgie zum Jugendkult stilisiert wird. Diese Aspekte können in einer anschließenden Diskussion über die Ethik der Medien aufgegriffen werden.

Frage: Wie stellst du dir deine Traumfrau/deinen Traumtypen eigentlich vor, wie soll sie/er sein? Angaben in Prozent.
 (Heinrich Bauer Smaragd KG (Hrsg.) (2009): Bravo Dr. Sommer Studie 2009. Liebe! Körper! Sexualität! München: Bauer media Group S. 28)

Mrs. Right soll hübsch und Mr. Right lieb sein

Traumfrau | Traumtyp

Das Aussehen spielt bei Mädchen und Jungen eine wichtige Rolle. Aber für die Mädchen steht fest: Er soll lieb und süß und v. a. größer sein.

<p>Top 8: Jungen über Mädchen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Hübsch, attraktiv, gut aussehend (39) 2 Soll schlank sein, gute Figur haben (36) 3 Nett, lieb, freundlich, süß (33) 4 Blonde Haare (18) 5 Lange Haare (17) 6 Witzig, lustig (16) 7 Sportlich sein (10) 8 Intelligent, klug (10) 	<p>Top 8: Mädchen über Jungen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Nett, lieb, freundlich, süß (41) 2 Soll größer sein als ich (35) 3 Witzig, lustig (25) 4 Hübsch, attraktiv, gut aussehend (24) 5 Soll schlank sein, gute Figur haben (23) 6 Sportlich sein (18) 7 Dunkle, schwarze Haare (14) 8 Soll ein liebevoller, aufmerksamer Partner sein (14)
---	--

Projekt 6: Schönheitsideale

Aufgabe 1:

Wer ist die/der Schönste im Land?

Auf den Bildern seht ihr Schönheitsideale aus verschiedenen Jahrhunderten. Beschreibt das Aussehen und die Wirkung von drei Frauen oder Männern (die Begriffe unten können euch helfen).

natürlich, elegant, schlank, dünn, mollig, sportlich, selbstständig, mächtig, anlehnungsbedürftig, frech, jugendlich, stark, verspielt, gütig, lebenslustig, durchsetzungsfähig

Aufgabe 2:

Schönheit wird gemacht!

Ordnet den Texten die passenden 3 Bilder auf der Vorlage zu!

1. (Reiche) Frauen und Männer hatten lange Zeit v. a. die Aufgabe, hübsch auszusehen. Man wollte zeigen, dass man es nicht nötig hatte, zu arbeiten. Deshalb gab es oft ein Schönheitsideal, welches für die Arbeit ganz ungeeignet war, z. B. eingeschnürte Taillen, riesige Perücken, winzige Schuhe.
2. Die Mode und der Zeitgeist spielen bei der Entstehung eines Schönheitsideals eine große Rolle. Wenn es „in“ ist, dynamisch, flexibel und aktiv zu sein, ist sicher gerade ein schlankes, sportliches Schönheitsideal in Mode.
3. Die Lebensumstände der Menschen haben einen großen Einfluss auf die Entwicklung eines Schönheitsideals. In Zeiten großen Mangels zeigen runde Körper Wohlstand und sehr dünne Körper können Krankheit und Armut bedeuten.

Aufgabe 3:

Wer schön sein will, muss leiden!

Lest die Beispiele in den Kästen. Nennt weitere Beispiele. Welche Dinge kannst du dir für die Zukunft vorstellen?

Ein Transdermal ist eine Platte mit einem Stift, die unter die Haut gepflanzt wird. So können verschiedene Schmuckgegenstände direkt auf dem Körper angeschraubt werden.

24 % der befragten Mädchen und 8 % der befragten Jungen würden laut Dr.-Sommer-Studie eine Schönheits-OP

als Geschenk annehmen.

Hochgiftige Augentropfen, aus Tollkirsche gemacht, sorgten in der Renaissance für große Pupillen, die damals als attraktiv galten.

Der blasse Teint galt im Mittelalter als besonders schön. Man verwendete das sehr giftige Bleiweiß, um eine möglichst makellose Blässe zu erreichen. Schwer heilende Abszesse der Gesichtshaut waren häufig die Folge dieser Behandlung.

Weitere Beispiele:

Im Jahr 2050:



Zusatzaufgabe:

Warum quält man sich für die Schönheit? Was ist okay, wo hört für dich der Schönheitsbegriff auf? Notiere deine Gedanken auf der Rückseite.

Projekt 6: Schönheitsideale – Frauenbilder



Venus von Malta, ca. 300 v. Chr. – große Brüste und breite Hüften waren Zeichen der Fruchtbarkeit und galten daher als schön und erstrebenswert · *Rechteinhaber: Hamelin de Guettelet, Lizenz: Creative Commons*



Venus und Adonis von Rubens (1615) – im Barock waren üppige Formen geltendes Schönheitsideal · *public domain*



Bleiche Haut und hohe Stirn: Schönheitsmerkmal des Rokoko · *public domain*



Marilyn Monroe, Schönheitsideal der 1950er-Jahre – nach den Hungerjahren des 2. Weltkrieges galten runde, weibliche Formen als schön und sexy · *public domain*



In den 1970er-Jahren wollten viele Mädchen aussehen wie Agnetha von der Gruppe ABBA · *Rechteinhaber: Helge Øverås, Lizenz: Creative Commons*



Germany's Next Topmodel 2009 · *Rechteinhaber: ds1987, Lizenz: Creative Commons*

Projekt 6: Schönheitsideale – Männerbilder



Zu Zeiten des Künstlers Michelangelo war man von der griechischen Antike begeistert. Griechen betrachteten gerne schöne Körper und stellten ihre Figuren oft nackt dar. Auch Michelangelo stellt seine Figur David im Stil der Griechen dar · *Rechteinhaber: Rico Heil, Lizenz: GNU-FDL und Creative Commons*



Bacchus von Rubens. Im Barock waren üppige Formen geltendes Schönheitsideal · *public domain*



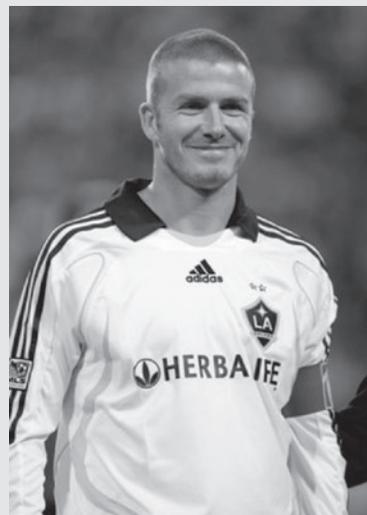
Ludwig der XIV. · *public domain*



Oscar Wilde (1854–1900), typischer Dandy (junger, eleganter Mann, der großen Wert auf sein Äußeres und seine Manieren legt) · *public domain*



Rolling Stones. In den 1960er- und 1970er-Jahren waren lange Haare ein Streitthema zwischen Jungen und deren Eltern · *Rechteinhaber: Jim Summaria, Lizenz: Creative Commons*



David Beckham · *Rechteinhaber: Calebrw at en.wikipedia, Lizenz: GNU und Creative Commons*

Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...

Baustein 1 | Leben in der Pubertät

• **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**

Baustein 3 | Pornografie im Netz

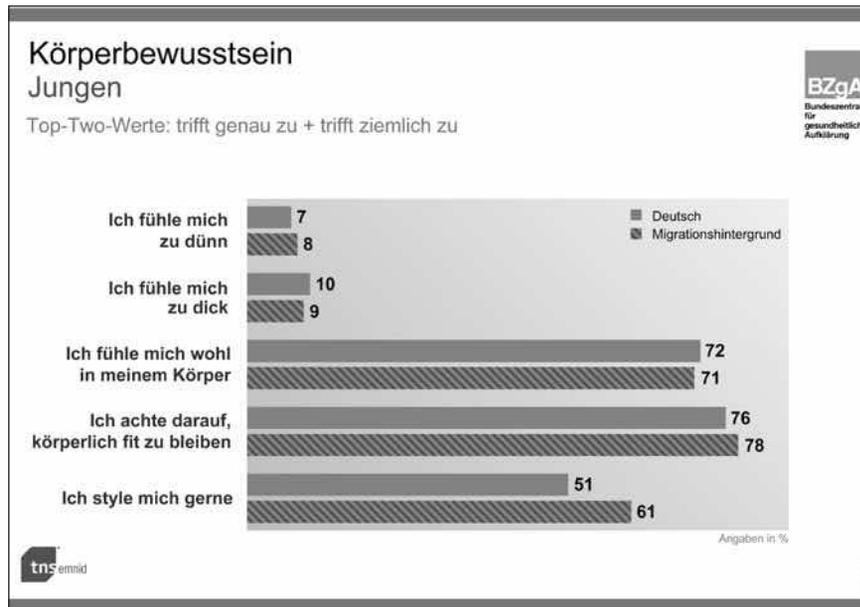
Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation

Interviews und Literaturhinweise

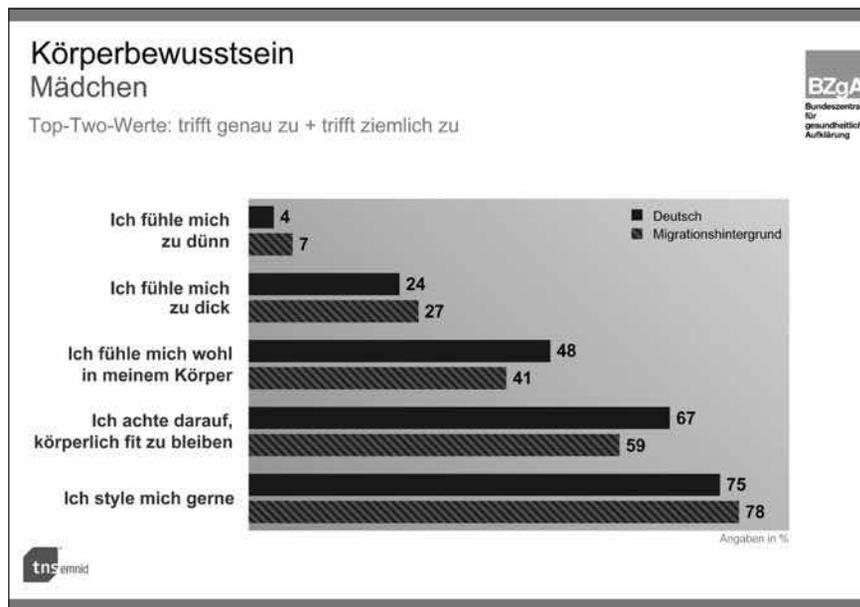
Beschreibung zu Projekt 7: Bin ich schön?

Thema	Ziel dieses Projektes ist die Sensibilisierung für inszenierte und manipulative Techniken der Medienmacher sowie die Reflexion über Körperzufriedenheit von Jungen und Mädchen heute.
Zielgruppe	ab 14 Jahren
Organisationsform	Gesamtgruppe, Partnerarbeit, Einzelarbeit
Zeit	60 Minuten (mit Zusatzaufgabe 90 Minuten)
Vorbereitung	Internetzugang, Retuscheseiten im Internet vorher ausprobieren:  https://www.youtube.com/watch?v=17j5QzF3kqE  www.youtube.com/user/dovedeutsch (YouTube-Channel von Dove)  https://www.youtube.com/watch?v=nbBmX2Qnv3Y
Methodische Hinweise	<p>Ablauf:</p> <p>Aufgabe 1: Der Comic auf dem Arbeitsmaterial kann als Einstieg verwendet werden. Er führt direkt zum Thema der „gemachten“ Schönheit in den Medien (mögliche Titel: Manipulierte Schönheit, Photoshop-Beauty).</p> <p>Aufgabe 2: Die Jugendlichen lernen am Beispiel einfacher Bildbearbeitungsprogramme kennen, welche technischen Möglichkeiten heute eingesetzt werden, um aus einem Durchschnittsmenschen ein Model zu machen. Eine Diskussion mit Stellungnahme zu verschiedenen Ansichten wie z. B. „Nachbearbeitung gehört verboten“ etc. kann im Anschluss erfolgen.</p> <p>Aufgabe 3: Die Jugendlichen vergleichen zwei Grafiken zum Thema Körperbewusstsein von Jungen und Mädchen aus einer Studie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.</p> <p><i>Mögliche Lösungen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Jungen sind zufriedener mit ihrem Körper als Mädchen. ■ Jugendliche legen großen Wert auf körperliche Fitness. ■ Mädchen ist Stylen wichtiger als Fitness. ■ Etwa ein Drittel der Mädchen fühlt sich zu dick. <p>Die Aussagen sollen im Plenum erörtert werden. Die Jugendlichen können auch überlegen, wie der beachtliche Unterschied zwischen weiblicher und männlicher Körperzufriedenheit (48 % der Mädchen vs. 72 % der Jungen) zustande kommt und ob die perfekten Mediendarstellungen Druck auf Menschen ausüben.</p> <p> Zusatzaufgabe: Hier kann noch die Frage erörtert werden, was Zufriedenheit ist und woher sie kommt. Es kann überlegt werden, ob die Maßstäbe für Zufriedenheit in einem selbst liegen oder inwiefern sie von außen beeinflussbar sind. Oder man spricht in der Gruppe darüber, wie es gelingen könnte, die eigenen positiven Merkmale stärker zu fokussieren, statt ständig über eventuelle Unzulänglichkeiten nachzudenken.</p>
Zugang Internet / PC	ja

Projekt 7/2: Bin ich schön? – Körperbewusstsein



1.
2.
3.
4.



1.
2.
3.
4.

Quelle: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung 2010

Aufgabe 3:

Manche Menschen sehen in den Schönheitsidealen, wie sie in den Medien dargestellt werden, die Ursache dafür, dass v. a. Jugendliche mit ihrem Aussehen nicht zufrieden sind.

Betrachte die Grafiken. Notiere 4 Aussagen, die du den Abbildungen entnehmen kannst und vergleiche sie miteinander.



Zusatzaufgabe:

„Wer nicht zufrieden ist mit dem, was er hat, der wäre auch nicht zufrieden mit dem, was er haben möchte.“ (Berthold Auerbach)
Beurteile diesen Satz auf einer halben Seite.

Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...

Baustein 1 | Leben in der Pubertät

• **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**

Baustein 3 | Pornografie im Netz

Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation

Interviews und Literaturhinweise

Beschreibung zu Projekt 8: Castingshow

Thema

Das eigene Aussehen und die Frage, ob der eigene Körper den gesellschaftlich definierten Schönheitsidealen genügt, wird spätestens in der Pubertät zum zentralen Moment des Selbstwertgefühls von Jugendlichen. Beliebte Sendeformate, wie beispielsweise *Germany's Next Topmodel* (GNTM, auf ProSieben) können dazu beitragen, den Wunsch nach dem perfekten Körper auf negative Weise zu verstärken. Das Bestreben, attraktiv und sexy zu sein und auch bei Jungen durch Freizügigkeit gut anzukommen, spielt dabei eine Rolle. Diese, wie auch andere „Casting“-Aspekte, können hier herausgearbeitet werden.

Zielgruppe

ab 14 Jahren

Organisationsform

Gesamtgruppe, 7er-Gruppen

Zeit

60 Minuten

Vorbereitung

Rollenspielkarten vorbereiten, Phasen eines Rollenspiels mit den Jugendlichen besprechen (Vorlage auf dem Arbeitsmaterial)

Methodische Hinweise

Einstieg:

Arbeit mit dem Cartoon: Auch einige Jungen schauen sich laut Fernsehforschung GNTM an, weil sie gerne „schöne Mädchen“ sehen. Sie können eine Abfrage in der Gruppe machen, wer von den Jungen GNTM schaut und beispielsweise nach den Motiven dafür fragen. Sie könnten die Jungen, aber auch die Mädchen danach fragen, ob sie den Cartoon für realistisch halten. Vielleicht fühlen sich einige Jungen hier auch falsch repräsentiert (nämlich als „Pornogucker“ oder herabwürdigend Mädchen gegenüber).



Hinweis: Eine Studie zur Rezeption von GNTM und DSDS (Deutschland sucht den Superstar) durch Jugendliche finden Sie unter: www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/23_2010_1/castingshows.pdf

Aufgabe:

Rollenspiel – Die am Rollenspiel teilnehmenden Personen vertreten gängige und zum Teil konträre Positionen zu natürlicher Schönheit vs. gemachter, künstlicher Schönheit, aufreizender Selbstdarstellung und möglichen Konsequenzen, Essstörungen, dem harten Modebusiness etc. Die Jugendlichen können so verschiedene Positionen einnehmen und über die Argumentation zu einer eigenen Meinung kommen oder eigene Meinungen hinterfragen.

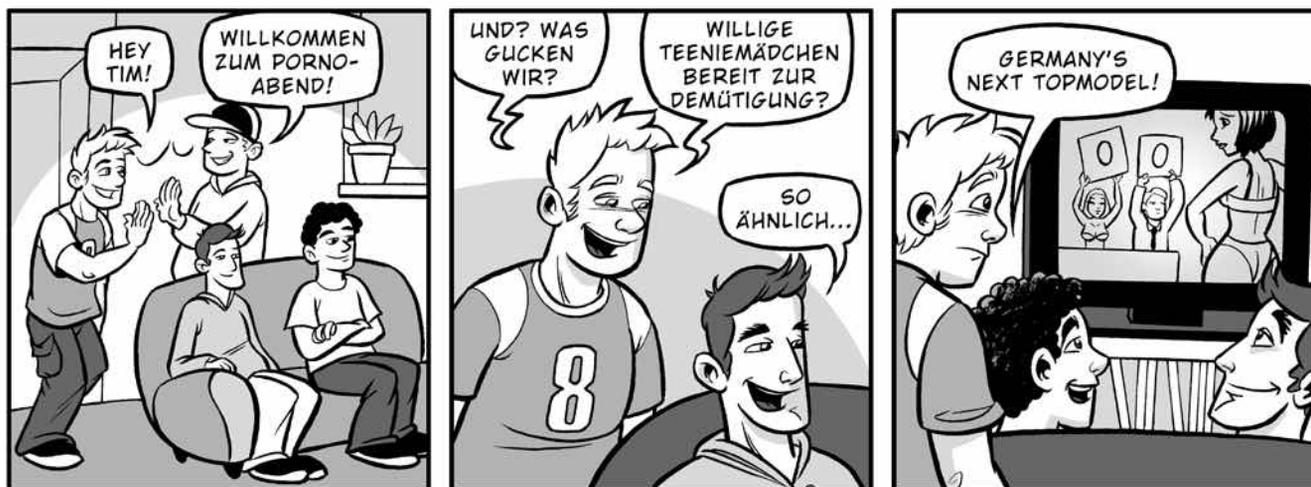
Ablauf:

Besprechen Sie die Phasen eines Rollenspiels (siehe Arbeitsvorlage Projekt 8, Methode Rollenspiel) mit den Jugendlichen. Dann werden die Jugendlichen in Gruppen eingeteilt. Es gibt 5 Rollen zu besetzen, 2 Jugendliche beobachten das Spiel. Wenn es die räumliche Situation erlaubt, können Sie mehrere 7er-Gruppen gleichzeitig spielen lassen und später im Plenum die Beobachter nach einem Resümee/einer inhaltlichen Auswertung befragen. Oder aber es spielen nur 5 Jugendliche nach einer Vorbereitungszeit die Situation, während die anderen Jugendlichen beobachten und sich für ein anschließendes Gespräch im Plenum Notizen machen.

Zugang Internet/PC

nein

Projekt 8/1: Castingshow

**Aufgabe:**

Rollenspiel

1. Bildet 7er-Gruppen.
2. Fünf von euch suchen sich nun eine Rolle heraus, zwei sind Beobachter des Gesprächs.
3. Arbeitet die Hauptaussagen eurer Figur heraus (durch Unterstreichen) und überlegt euch, welches Ziel ihr mit eurer Argumentation verfolgt. Stellt eure Figur kurz der Gruppe vor.
4. Nun spielt folgende Situation:

Lisas Eltern bekommen heraus, dass sich Lisa bei einer Modelagentur beworben hat, und berufen einen Krisenrat am Esstisch ein. Frau Krumm, die Chefin der Modelagentur, wird auch dazu eingeladen.

**Methode Rollenspiel**

Ein Rollenspiel beinhaltet verschiedene Phasen:

1. **Vorbereitung.** Hier wird die Handlung und der Ort, das Thema und der Konflikt definiert und evtl. auch diskutiert. Die SchauspielerInnen bereiten ihre Rollen vor, die ZuschauerInnen bereiten sich auf die Beobachtung des Spiels vor.
2. **Durchführung.** Das eigentliche Rollenspiel wird durchgeführt, wobei die ZuschauerInnen sorgfältig beobachten sollen und sich Notizen machen können.
3. **Distanzierung und Einordnung.** Diese Phase ist ebenso wichtig wie das eigentliche Spiel. Zunächst werden die SchauspielerInnen nacheinander nach ihrem Spiel befragt („Wie hast du die Rolle ausgefüllt?“, „Wie hast du dich gefühlt?“ etc.). Dabei ist darauf zu achten, dass sie nicht „Ich“ sagen, sondern die Distanzierung zur Rolle schaffen und z. B. sagen „Lisa war der Meinung, dass ...“. Danach dürfen die Beobachter das Spiel kommentieren und z. B. beurteilen, ob es realistisch war oder nicht. An dieser Stelle lohnt es sich manchmal, das Spiel ein zweites Mal (mit anderen SchauspielerInnen?) durchzuführen.
4. **Inhaltliche Auswertung.** Beispiele für Fragen: „Sind wir einer Lösung nähergekommen?“, „Wie gut wurde das Problem behandelt?“

Quelle: www.goodschool.de

Projekt 8/2: Castingshow**Lisa**

Fan von GNTM, 16 Jahre

„Man hat einfach mehr Erfolg draußen, wenn man schön und attraktiv ist und sexy Klamotten hat. Manchmal muss ich mich eben ein bisschen zusammenreißen, gerade wenn es ums Essen geht. Die Jungs reagieren auch auf mich. Das macht mich stolz, ich komme gut an. Deshalb hab ich mich auch bei einer Modelagentur beworben. Meine Eltern wissen aber nichts davon, die hätten nie zugestimmt.“

Lisas Vater

Hobbyfotograf

„Digitale Nachbearbeitung sollte verboten oder zumindest gekennzeichnet werden. Dann bekommen die Kinder ein Gefühl dafür, was echt ist und was nicht. Mir persönlich sind die Mädchen in diesen ganzen Model- und Castingshows außerdem viel zu aufreizend in Szene gesetzt. Manchmal hab ich Angst, wenn meine Tochter im Minirock und aufgestylt aus dem Haus geht. Ist doch klar, dass sich da manche Jungs angesprochen fühlen, auch wenn Lisa mit einigen Reaktionen, die das bei jungen Männern auslöst, noch gar nicht umgehen kann. So manches Outfit habe ich ihr auch schon verboten.“

Tom, Lisas Bruder

Mädchenschwarm, 15 Jahre

„Ich schau mir auch ab und zu GNTM an, weil mir die Mädchen da gefallen. Die Freundinnen von meiner Schwester machen sich auch echt sexy zu recht, das gefällt uns Jungs. Ich muss schon sagen, dass es für Mädchen, die sich nicht so selbstsicher geben, schwerer wird, bei mir und meinen Kumpels zu landen. Das ist einfach so. Ich selbst mach mir auch Gedanken darüber, wie ich aussehe, ich geh seit einem halben Jahr ins Fitnessstudio.“

Resi Krumm

Chefin der Modelagentur

„Es ist doch legitim, dass junge Leute gut und sexy aussehen und sich präsentieren wollen. Heute gibt es dazu mehr Möglichkeiten als je zuvor, auch durch das Internet. Posen und Übertreibung gehören natürlich auch dazu. Sex sells, das ist eine Marktweisheit. Von bitchy bis edel, es geht alles gut, kommt nur auf die Inszenierung an. Das Modelgeschäft ist kein Zuckerschlecken. Harte Arbeit, v. a. am eigenen Körper, und Disziplin sind da Grundvoraussetzungen. Das wissen aber alle, die sich bei uns bewerben!“

Lisas Mutter

Hausfrau, besorgt

„Mich ärgert es, dass solche Bilder viele Menschen, v. a. junge Leute, unter Druck setzen, die noch nicht wissen, was wirklich wichtig ist im Leben. Ich habe Angst, dass meine Tochter magersüchtig wird. Ich fühle mich hilflos, die Medien haben einen so großen Einfluss. Natürliche Schönheit, natürliche Rundungen ... da gibt es inzwischen sogar Kampagnen, damit die Jugendlichen wieder lernen sollen, was wichtig ist. Ich finde die Entwicklung wirklich bedenklich.“

- Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...
- Baustein 1 | *Leben in der Pubertät*
 - **Baustein 2 | *Schönheitsideale in unserer Gesellschaft***
 - Baustein 3 | *Pornografie im Netz*
 - Baustein 4 | *Sexualisierte Kommunikation*
 - Interviews und Literaturhinweise

Beschreibung zu Projekt 9: Sex sells

Thema	Die Werbeindustrie arbeitet häufig mit Bildern von halbnackten, gut durchtrainierten Models (vgl. Werbung für Genussmittel etc.) und pornografisch-erotischen Bezügen. Damit werden subtil und meist unreflektiert ungünstige Botschaften vermittelt, die v.a. jüngere Menschen beeinflussen können. Im Zentrum dieses Projekts steht deshalb die bewusste Arbeit mit erotischer oder pornografischer Werbung, die uns umgibt und auch von Jugendlichen wahr genommen wird. Beispiele für diskriminierende Werbung und Werbung mit pornografischem Charakter sollen außerdem anhand vorgegebener Kriterien des deutschen Werberates von den Jugendlichen beurteilt werden (die Kriterien sind auf der Arbeitsvorlage für Jugendliche aufgelistet).
Zielgruppe	ab 16 Jahren
Organisationsform	4er-Gruppen, Gesamtgruppe, Partnerarbeit
Zeit	60 Minuten (mit Zusatzaufgabe 90 Minuten)
Vorbereitung	Magazine und Zeitungen mitbringen lassen
Methodische Hinweise	<p>Ablauf:</p> <p>Aufgabe 1: Die Jugendlichen bringen Magazine aus ihrem Alltag mit (Lifestyle, Jugendmagazine, Sport, Boulevard) und sammeln daraus Werbung mit aufreizendem und erotischem Gehalt. Denkbar ist bei älteren Jugendlichen (ab 18 Jahren), dass auch typische Erwachsenenmagazine durchgeschaut werden, Fernsehwerbung unter die Lupe genommen wird, Internetseiten und Pop-up-Fenster unter diesem Aspekt betrachtet werden. Die Jugendlichen stellen in Gruppen auf einem Plakat das Gefundene zusammen und präsentieren dies in Form eines Galeriegangs.</p> <p><i>Mögliche Auswertungsfragen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Beeinflusst euch solche Werbung in irgendeiner Art und Weise? ■ Gibt es positive Aspekte? Gibt es negative Aspekte? <p>Aufgabe 2: Die Jugendlichen erfahren, dass es einen Werberat – eine Institution zur Selbstregulierung der Werbewirtschaft – gibt, der Beschwerden bezüglich unangebrachter (z. B. diskriminierender, sexistischer) Werbung bearbeitet (© www.werberat.de) Durch ein Partnerinterview lernen die Jugendlichen z. B. Auszüge aus den Grundsätzen des Werberates kennen.</p> <p> Methode „Partnerinterview“: Zu zweit mit Partner A und Partner B. Beide lesen, danach fasst Partner A das Wichtigste zusammen, Partner B wiederholt mit den Worten: „Habe ich dich richtig verstanden, dass ...?“ Dann Wechsel der Rollen – aber Vorsicht! Jeder darf zwei Fehler einbauen, die der andere finden muss!</p> <p>Aufgabe 3: Die Grundsätze des Werberates wenden sie paarweise auf einen der vier Fälle an (siehe Kopiervorlage), den sie sich entweder aussuchen können, oder aber Sie lassen die Jugendlichen jeweils einen Fall ziehen. Es kann sein, dass die Jugendlichen zu einer anderen Entscheidung als der Werberat kommen. Spannend ist hierbei ihre Begründung, die dann wiederum Diskussionsgrundlage sein kann.</p> <p> Hinweis: Eine Studie, die sich mit dem erotischen Angebot von TV-Sendern beschäftigte, ergab, dass Nacktheit und sexuelle Handlungen v. a. in der Werbung und in Trailern für von Jugendlichen favorisierte Sendungen oder Filme vorkommen. Auch in Boulevardmagazinen, wie <i>Explosiv</i> (RTL) und <i>taff</i> (ProSieben), sind regelmäßig solche Inhalte zu sehen. © http://www.merz-zeitschrift.de/?RECORD_ID=6007</p>
Zugang Internet/PC	nein

Projekt 9: Sex sells

Kennst du die Werbeweisheit „Sex sells“? Wissenschaftler behaupten, dass sich ein Thema, also auch ein Produktname, besser in das Gedächtnis einprägt, wenn es in einem Zusammenhang kennengelernt wird, der Gefühle anspricht. Sex und Erotik sind solche Zusammenhänge.

Aufgabe 1:

Wo wird überall mit erotischen Bezügen geworben? Sammelt in 4er-Gruppen aus den vorliegenden Magazinen Werbebeispiele und stellt ein Plakat zusammen. Schaut euch auf einem Rundgang im Zimmer alle Plakate an und sprecht danach in der Gruppe darüber.



1



2



3

1+3 Quelle: woman_object ofdesire, Lizenz: Creative Commons

2 Quelle: PlanetStar, Lizenz: Creative Commons

Der Deutsche Werberat erhält regelmäßig Beschwerden über die Diskriminierung von Frauen, aber auch von Männern in der Werbung (betr. Anzeigen, Spots, Plakate oder Online-Werbung) (© www.werberat.de).

Aufgabe 2:

Lest euch die Grundsätze des Werberates in Auszügen durch (in Form eines Partnerinterviews).

Aufgabe 3:

Sucht euch zu zweit einen der Fälle des Werberates aus und bearbeitet ihn so, als wärt ihr selbst Mitglieder im Werberat. Zum Schluss müsst ihr entscheiden, ob die Klage berechtigt ist oder nicht. Begründet eure Entscheidung vor der Gruppe.

Auszug aus den Grundsätzen des Deutschen Werberats zur Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen:

Es dürfen v. a. keine Aussagen oder Darstellungen verwendet werden,

- die den Eindruck erwecken, Personen seien käuflich zu erwerben
- die den herrschenden allgemeinen Grundüberzeugungen widersprechen (z. B. durch übertriebene Nacktheit)
- die Personen auf ihre rein sexuelle Funktion reduzieren und/oder deren ständige sexuelle Verfügbarkeit nahelegen
- die pornografischen Charakter besitzen.

© <http://www.werberat.de/herabwuerdigung-diskriminierung>



Zusatzaufgabe:

Fallen euch selbst Werbebeispiele ein, die gegen die Grundsätze des Werberates verstoßen? Sammelt in der Gruppe. Hier könntet ihr sie melden: © <https://www.werberat.de/beschwerdeformular>

Projekt 9: Sex sells – Fallbeispiele

Fall 1: Frauendiskriminierung (Dienstleistungen)

Beschreibung:

Ein Veranstaltungsunternehmen warb für eine Fachkonferenz mit einer Werbeanzeige, in der eine übergewichtige Frau in roten Dessous sich in einen Kühlschrank beugt. Begleitet wurde das Motiv von dem Slogan: „Hat Ihre IT auch das Haltbarkeitsdatum überschritten? Finden Sie es heraus.“

Begründung der Klage:

Die Beschwerdeführerin sah hierin eine sexistische Darstellung von Frauen.

Fall 3: Frauendiskriminierung (Textilien)

Beschreibung:

Ein Modekaufhaus warb für seine Dessous in Fernsehspots mit einem weiblichen Model, bekleidet mit der beworbenen Wäsche. Dazu der Werbetext: „Bringt Eis zum Schmelzen.“

Begründung der Klage:

Die Beschwerdeführerin wertete die Werbung als sexistisch.

Fall 2: Frauendiskriminierung (Lebensmittel)

Beschreibung:

Eine Bäckerei bewarb ihre Produkte mit einer Zeitungsanzeige, die den Oberkörper einer Frau in Dessous abbildete, wobei ihre Brüste im Mittelpunkt des Bildes standen. Dazu der Slogan neben dem ebenfalls abgebildeten gefüllten Krapfen: „Prall gefüllt sind unsere Berliner.“

Begründung der Klage:

Die Beschwerdeführerin kritisierte die Anzeige als frauendiskriminierend und bemängelte v. a. den fehlenden Produktzusammenhang.

Fall 4: Männerdiskriminierung (Telekommunikation)

Beschreibung:

In einem Fernsehspot warb ein Telekommunikationsunternehmen für seine Flatrate-Angebote mit einem so genannten Sandwich-Man. Der Mann trug zwei Pappschilder, auf denen die Angebote zu lesen waren. Ungewöhnlicherweise war der Mann unter den Schildern, die ihn fast komplett bedeckten, unbekleidet.

Begründung der Klage:

Der Beschwerdeführer kritisierte den Spot aufgrund der Nacktheit des Models als männerdiskriminierend.

Projekt 9: Sex sells – Fallbeispiele Lösungen

Fall 1: Entscheidung des Werberates

Dieser Auffassung schloss sich der Werberat an und forderte das Unternehmen zur Stellungnahme auf. Dieses erklärte sich daraufhin bereit, die Anzeige nicht mehr zu verwenden.

Fall 3: Entscheidung des Werberates

Dieser Ansicht schloss sich der Werberat nicht an. Die bloße Abbildung einer Frau in Unterwäsche reiche nicht aus, um eine Herabwürdigung oder Diskriminierung anzunehmen. In dem zu beurteilenden Fall würde die Frau weder auf eine rein sexuelle Funktion reduziert noch ihre ständige sexuelle Verfügbarkeit suggeriert. Vielmehr werde sie in zwar durchaus erotischer, aber weder pornografischer noch herabwürdigender Art und Weise für die angebotenen Dessous.

Fall 2: Entscheidung des Werberates

Zur Stellungnahme aufgefordert, erklärte sich das Unternehmen gegenüber dem Werberat bereit, die Anzeige nicht mehr zu schalten.

Fall 4: Entscheidung des Werberates

Der Werberat schloss sich dieser Meinung nicht an, da aufgrund des „Pappschildkostüms“ kaum nackte Haut zu sehen sei, und stufte zudem die dargestellte Szenerie nicht als herabwürdigend ein, sondern als humorvolle, optische Ergänzung des Slogans: „Das ist der nackte Wahnsinn.“

- Bevor Sie mit den Jugendlichen sprechen ...
- Baustein 1 | Leben in der Pubertät
 - **Baustein 2 | Schönheitsideale in unserer Gesellschaft**
 - Baustein 3 | Pornografie im Netz
 - Baustein 4 | Sexualisierte Kommunikation
 - Interviews und Literaturhinweise

Beschreibung zu Projekt 10: Sexualisierte Selbstdarstellung

Thema	Unter dem Begriff „Sexting“ versteht man das Verbreiten erotischen Bild- oder Filmmaterials des eigenen Körpers. Erotisches Material oder Nacktaufnahmen können natürlich auch ohne Wissen der abgelichteten Person von anderen verbreitet werden (Verstoß gegen das Recht am eigenen Bild oder § 201a StGB Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen). Viele Jugendliche gehen davon aus, dass sie selbst nicht in solche Situationen geraten, sondern dass es nur naive Personen treffen kann. Oft wird den Opfern deshalb auch eine Mitschuld an der Situation gegeben. Die Jugendlichen lernen hier, sexualisierte Selbstdarstellung präventiv kritisch zu reflektieren.						
Zielgruppe	ab 14 Jahren						
Organisationsform	Einzelarbeit, Gesamtgruppe, Gruppenarbeit						
Zeit	45 Minuten						
Vorbereitung	Vorbereitungen treffen zum Abspielen des Spots „Everyone knows your name“ auf der Seite: http://multivu.pnewswire.com/mnr/adcouncil/26474/						
Methodische Hinweise	<p>Ablauf:</p> <p>Aufgabe 1: Die Jugendlichen schauen den Spot „Everyone knows your name“ an. Hier wird ein Mädchen namens Sarah von (vielen) männlichen Personen erkannt und angesprochen. Das ist zum einen angenehm und schmeichelhaft („Der ist aber süß.“), zum anderen erschreckt diese Tatsache („Welche Farbe hat deine Unterwäsche heute?“). Vermutlich hat Sarah freizügige Bilder von sich ins Netz gestellt. Auf dem Arbeitsmaterial sollen die Jugendlichen Reaktionen des Umfeldes auf Sarahs Selbstdarstellung formulieren.</p> <p><i>Mögliche Auswertungsfragen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Wie kam es, dass diese Personen das Bild gesehen haben? ■ Unterscheidung zwischen den Begriffen „privat“ und „öffentlich“ ■ Welche Nachteile kann das Veröffentlichen von Bildern haben? ■ Werden Jungen hierbei mehr Freiheiten zugestanden als Mädchen? <p>Aufgabe 2: Hier entscheiden die Jugendlichen, ob die Fotos eher als privat zu bewerten sind oder auch öffentlich im Internet genutzt werden können. <i>Lösung:</i> Am unproblematischsten sind die Bilder 1, 2 und 5. Die anderen drei Bilder sind sehr deutlich einem privaten Lebensbereich zuzuordnen und daher für eine breite Öffentlichkeit nicht geeignet.</p> <p>Aufgabe 3: Anhand der Fallbeispiele wird auch das Problem der Veröffentlichung durch Dritte thematisiert. Die Jugendlichen wählen in drei Gruppen jeweils einen der vorgestellten Fälle und versuchen, die Fragen auf dem Arbeitsmaterial für diese Situation zu beantworten.</p> <p><i>Mögliche Lösungen:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;"> <p>Was muss jetzt getan werden? Mit den Verursachern sprechen, sie bitten, das Material zu löschen. Dem Betreiber der Seite den Verstoß melden. Anzeige erstatten. Dem Opfer zur Seite stehen.</p> </td> <td style="width: 33%; padding: 5px;"> <p>Welcher Schaden entsteht? Über die Person wird negativ geredet. Es könnte Konsequenzen für Bewerbungen, Arbeitsstellen usw. haben.</p> </td> <td style="width: 33%; padding: 5px;"> <p>Was sagen Recht und Gesetz? Fall 1 Verstoß gegen das Recht am eigenen Bild Fall 2 Verstoß gegen § 201a (StGB) Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen und deren Weitergabe an Dritte Fall 3 Solange sie das Bild nicht veröffentlicht, nicht strafbar</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p>Wer ist MittäterIn? Jeder, der Bilder oder Filme, die andere bloßstellen können, weitergibt oder weiterzeigt.</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>Wer hat Schuld? Den Opfern solcher Vorfälle wird von Jugendlichen häufig eine Mitverantwortung unterstellt (Grimm 2010, Kapitel 23, S.202).</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>Wie kann man solche Vorfälle verhindern? Private Dinge niemals ins Netz stellen. Andere nicht in privaten Situationen fotografieren oder filmen. Bilder oder Filme, die andere bloßstellen, nicht weitergeben, sondern löschen.</p> </td> </tr> </table>	<p>Was muss jetzt getan werden? Mit den Verursachern sprechen, sie bitten, das Material zu löschen. Dem Betreiber der Seite den Verstoß melden. Anzeige erstatten. Dem Opfer zur Seite stehen.</p>	<p>Welcher Schaden entsteht? Über die Person wird negativ geredet. Es könnte Konsequenzen für Bewerbungen, Arbeitsstellen usw. haben.</p>	<p>Was sagen Recht und Gesetz? Fall 1 Verstoß gegen das Recht am eigenen Bild Fall 2 Verstoß gegen § 201a (StGB) Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen und deren Weitergabe an Dritte Fall 3 Solange sie das Bild nicht veröffentlicht, nicht strafbar</p>	<p>Wer ist MittäterIn? Jeder, der Bilder oder Filme, die andere bloßstellen können, weitergibt oder weiterzeigt.</p>	<p>Wer hat Schuld? Den Opfern solcher Vorfälle wird von Jugendlichen häufig eine Mitverantwortung unterstellt (Grimm 2010, Kapitel 23, S.202).</p>	<p>Wie kann man solche Vorfälle verhindern? Private Dinge niemals ins Netz stellen. Andere nicht in privaten Situationen fotografieren oder filmen. Bilder oder Filme, die andere bloßstellen, nicht weitergeben, sondern löschen.</p>
<p>Was muss jetzt getan werden? Mit den Verursachern sprechen, sie bitten, das Material zu löschen. Dem Betreiber der Seite den Verstoß melden. Anzeige erstatten. Dem Opfer zur Seite stehen.</p>	<p>Welcher Schaden entsteht? Über die Person wird negativ geredet. Es könnte Konsequenzen für Bewerbungen, Arbeitsstellen usw. haben.</p>	<p>Was sagen Recht und Gesetz? Fall 1 Verstoß gegen das Recht am eigenen Bild Fall 2 Verstoß gegen § 201a (StGB) Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen und deren Weitergabe an Dritte Fall 3 Solange sie das Bild nicht veröffentlicht, nicht strafbar</p>					
<p>Wer ist MittäterIn? Jeder, der Bilder oder Filme, die andere bloßstellen können, weitergibt oder weiterzeigt.</p>	<p>Wer hat Schuld? Den Opfern solcher Vorfälle wird von Jugendlichen häufig eine Mitverantwortung unterstellt (Grimm 2010, Kapitel 23, S.202).</p>	<p>Wie kann man solche Vorfälle verhindern? Private Dinge niemals ins Netz stellen. Andere nicht in privaten Situationen fotografieren oder filmen. Bilder oder Filme, die andere bloßstellen, nicht weitergeben, sondern löschen.</p>					
Zugang Internet/ PC	ja						

Projekt 10/1: Sexualisierte Selbstdarstellung

Aufgabe 1:

Schaut euch den Spot „Everyone knows your name“ an. Sarah hat sehr private Bilder von sich ins Netz gestellt. Überlegt, was folgende Personen dazu sagen werden.

Tina aus Sarahs Klasse, mit der sie seit Wochen Stress hat

Lehrerin

Chef (Ferienjob)

Sarahs Pinnwand – Fotos

Foto 2 von 7 Zurück zum Album Sarahs Profil

Zurück Weiter



Gestern hinzugefügt Kommentieren Gefällt mir



Aus dem Album:
Pinnwand – Fotos von Sarah

Teilen
Jemand auf diesem Foto
markieren

Sarahs Freund

Mama

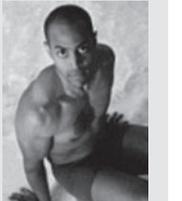


Weißt du eigentlich, dass in Deutschland die Zustimmung der Erziehungsberechtigten notwendig ist, wenn ein Jugendlicher unter 18 Jahren ein Bild von sich veröffentlichen will? Es wird bei Jugendlichen aber davon ausgegangen, dass sie die Reife besitzen, die Konsequenzen ihres Handelns abwägen zu können und daher wird z. B. in sozialen Netzwerken nicht das Einverständnis der Eltern beim Hochladen eines Bildes gefordert.

Projekt 10/2: Sexualisierte Selbstdarstellung

Aufgabe 2:

Bist du reif genug? Entscheide: Welche der Bilder sind okay?

					
Okay?					
Begründe:					

Aufgabe 3:

Es kann auch passieren, dass andere ganz private Bilder oder Filme von euch öffentlich machen. Bearbeitet in drei Gruppen einen der genannten Fälle anhand folgender Fragen:

- Was muss jetzt getan werden?
- Welcher Schaden entsteht?
- Was sagen Recht und Gesetz?
- Wer ist MittäterIn?
- Wer hat Schuld?
- Wie kann man solche Vorfälle verhindern?

Fall 1:

Lena hatte vor ein paar Wochen mit ihrem Freund Schluss gemacht. Der ist total von der Rolle und stellt einen Film in ein Videoportal ein, der bei einem gemeinsamen Wochenende entstanden ist und Lena nackt zeigt.

Fall 2:

Michelle und Yasemin fotografieren Jana beim Umziehen in der Mädchenumkleide und verschicken die Bilder per Handy. Bald sind sie an der ganzen Schule herumgereicht.

Fall 3:

Jeanette hat mit Dani und den anderen Mädels gewettet, dass sie bei Tom zum Zug kommt. Sie macht ein Beweisfoto von sich und Tom küssend auf einer Party und zeigt es Dani und den anderen.



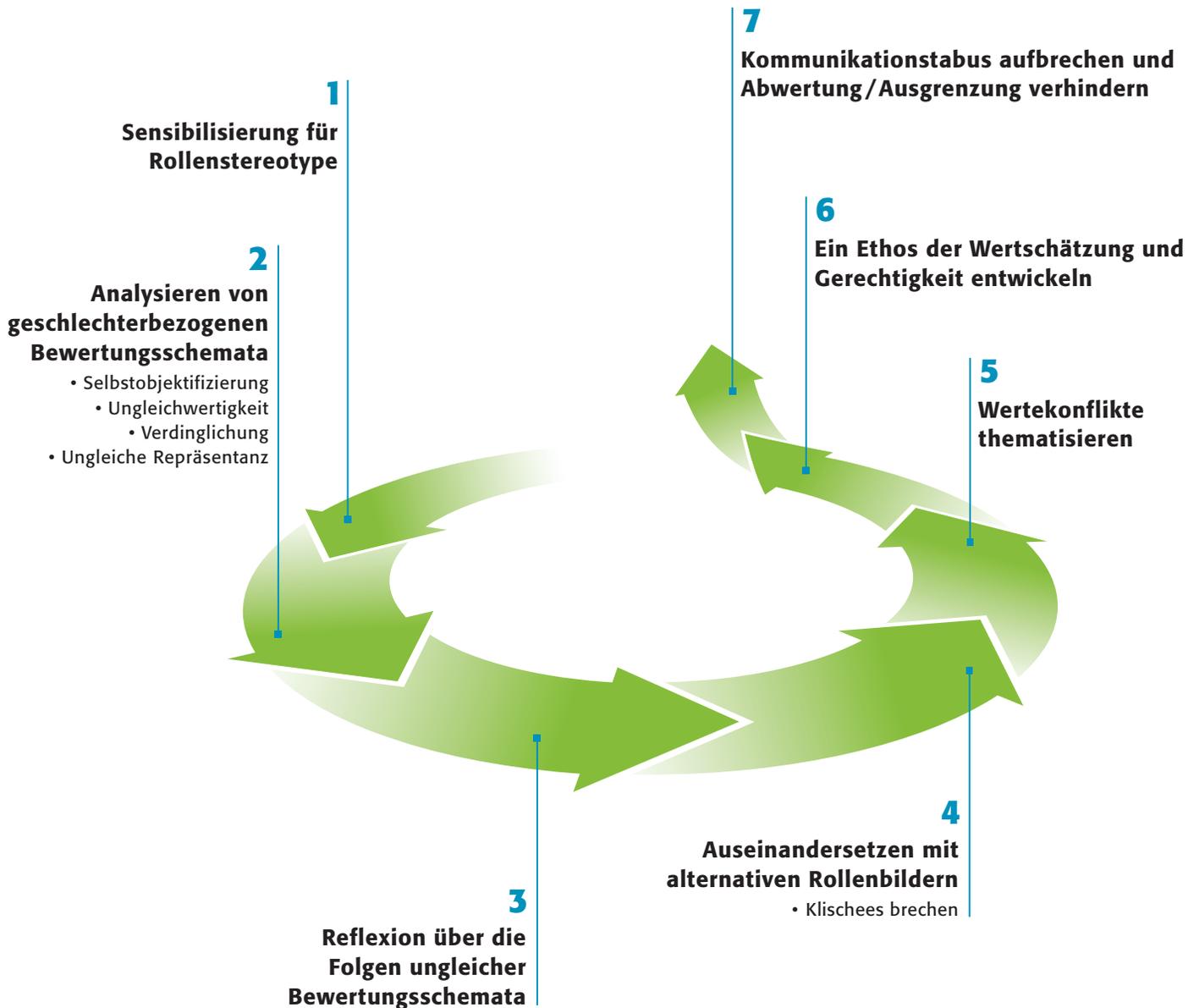
3



Mediale Frauen- und Männerbilder

Medienethische Roadmap zu „Mediale Männer- und Frauenbilder“

In der Auseinandersetzung mit medialen Frauen- und Männerbildern und dem eigenen Umgang mit Medien können folgende Denkprozesse angestoßen werden. Das Ziel ist der Erwerb einer Gender-Sensitivität.



Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

Einleitung

Zu den Grundwerten einer demokratischen Gesellschaft gehört die Gleichstellung der Geschlechter. Aber wird dieser Wert in unserer von Medien geprägten Lebenswelt auch tatsächlich gelebt? Medien sind der Schauplatz für die Verhaltensregeln der Geschlechter: Sie formulieren Werturteile und erzeugen Vorstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit. Unsere Medien definieren auf diese Weise mit, wie „Frauen“ und „Männer“ sein sollen – und was als Abweichung von der vermeintlichen Norm gilt. Insbesondere für Jugendliche sind diese Rollenbilder wichtiges Lehrmaterial für die eigene Identitätsbildung.

Wer bin ich – und wenn ja, warum?

Die schwierige Frage nach der eigenen Identität

Bei der Suche nach der eigenen **Identität** geht es darum, ein individuelles Selbstverständnis zu entwickeln und sich in der sozialen Umwelt zu verorten. Für Jugendliche steht dabei in der Beschäftigung mit einem sich verändernden Körper, mit Sexualität sowie mit Männlichkeit und Weiblichkeit vor allem die Entwicklung einer **Geschlechtsidentität** (= Gender) im Vordergrund. Das Gefühl eines Menschen, sich als Mann, Frau oder auch dazwischen (intersexuell, transsexuell) zu erleben, ist Ausdruck des Persönlichkeitsrechts – ein individueller Anspruch auf Selbstverwirklichung. Diese Selbstverwirklichung kann jedoch nur über

ein Sich-Ausprobieren gelingen. Jugendliche experimentieren, loten eigene Vorlieben und Grenzen aus und schlüpfen in verschiedene Rollen, um sich selbst zu finden.



„Identität ist das Bewusstsein, ein unverwechselbares Individuum mit einer eigenen Lebensgeschichte zu sein (...) und in der Auseinandersetzung mit anderen eine Balance zwischen individuellen Ansprüchen und sozialen Erwartungen gefunden zu haben.“ Heinz Abels, 2006, S. 254

In der Jugend werden wesentliche Persönlichkeitseigenschaften und die Geschlechtsidentität entwickelt: ein Vorgang, der damit zu tun hat, wie man sich selbst in Bezug zu seinem sozialen Umfeld sieht. Die wichtigsten Einflüsse in diesem Prozess sind Familie, Freunde, Schule – und eben auch die Medien. Heranwachsende suchen während dieser Entwicklung nach entsprechenden Vorbildern, an denen sie sich orientieren können. Populäre Medien sind dabei zentrale Schauplätze, auf denen Jugendliche diesen Vorbildern begegnen: Hier werden Geschlechternormen verhandelt und Werturteile formuliert. Wenn diese medialen Zuschreibungen vielfältig und tolerant oder im Gegenteil einschränkend und stereotyp sind, hat das Einfluss auf die freie, individuelle Identitätsbildung der Jugendlichen.

Ich bin so frei

Medienethik als Freiheitskampf

Ethisch gesehen stellt also die Bildung einer individuellen Geschlechtsidentität einen Aspekt der **persönlichen Freiheit** dar. Damit berührt sie im Kern die ethische Frage nach einem gelingenden Leben und einer guten Lebensqualität. Sich der persönlichen Freiheit bewusst zu sein, ermöglicht es, sich als Frau bzw. Mann eine eigene Identität bilden zu können – und somit einen individuellen Lebensentwurf zu entwickeln. Angesichts der Orientierungs-, Vorbild- und Wertebildungsfunktion, die Medien für Jugendliche haben, können sowohl stereotype Geschlechterrollen als auch Lebensmodelle, die eine Ungleichstellung der Geschlechter befürworten, die Chancen von Jugendlichen auf ein gelingendes Leben und einen **selbstbestimmten Lebensentwurf** vermindern. Positiv gesehen können Medien durch das Aufzeigen alternativer Rollenbilder und Geschlechtermodelle Jugendliche aber auch darin unterstützen, ihre Geschlechtsidentität individuell zu entwickeln.

persönliche
Freiheit

individuelle
Geschlechtsidentität

selbstbestimmter
Lebensentwurf

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

Gleiches Recht für jedes Geschlecht

Freiheit ist weder männlich noch weiblich – oder?



Nehmen wir einmal an, wir dürften vor unserer Geburt entscheiden, wie das Geschlechterverhältnis in der Gesellschaft nach unserer Geburt aussieht. Wir wüssten aber nicht, ob wir selbst als Frau, Mann oder Zwitter geboren werden: Wie würden wir die Freiheitsspielräume der Geschlechter und ihr Verhältnis zueinander bestimmen?

Zu vermuten ist, dass sich die Mehrheit für eine faire Regelung entscheiden würde – schon aus Eigeninteresse. „Fairness“ heißt hier: gleiche Freiheitsrechte für jedes Geschlecht in Partnerschaft, Familie und Beruf. Denn ein solches Szenario würde am ehesten das Risiko minimieren, aufgrund des eigenen Geschlechts Einschränkungen in Kauf nehmen zu müssen. Jugendliche zu einem solchen Gedankenexperiment zu veranlassen, kann sie motivieren, sich gute Gründe für eine Gleichstellung der Geschlechter zu überlegen.

Aus ethischer Sicht ist das Freiheitsrecht „geschlechtsneutral“ und an das Recht auf Individualität und Selbstbestimmung gekoppelt. Nicht als Objekt behandelt zu werden, sondern als Subjekt persönliche Kriterien für eine gute Lebensplanung entwickeln zu können, ist ein Recht, das nach demokratischem Verständnis jeder Person zusteht – unabhängig von ihrem Geschlecht.

Dass eine Gleichstellung der Geschlechter im Sinne gleicher Freiheitsrechte anscheinend nicht selbstverständlich ist, zeigt die Jugendstudie des Sinus-Instituts¹. Traditionelle Vorstellungen davon, wie ein Mann bzw. eine Frau zu sein hat, halten sich insbesondere bei männlichen Jugendlichen recht hartnäckig. Über eine Gleichstellung der Geschlechter in Bezug auf Partnerschaft und Arbeitsteilung besteht weder unter Mädchen noch unter Jungen Konsens. Nur ein Teil der Jugendlichen (überwiegend Mädchen) favorisiert ein gleichberechtigtes Geschlechtermodell der Partnerschaft und Arbeitsteilung. Teile der Heranwachsenden (insbesondere unter bildungsbenachteiligten Jungen und Mädchen sowie konservativbürgerlichen Jungen) befürworten eine Machtasymmetrie zugunsten des Mannes. Begründet wird dieses Modell der „Macht-Bestimmer“ mit biologistischen Sichtweisen – „Männer bzw. Frauen sind halt so!“ Daneben werden auch leicht abgeschwächte Gleichstellungsmodelle von den Jugendlichen vertreten, die entweder mit einer leichten Machtverschiebung zugunsten des Mannes, mit traditioneller Arbeitsteilung oder mit einer Beschützerfunktion des Mannes verbunden sind. Ein Modell, in dem eine Machtverschiebung zugunsten der Frau besteht, existiert unter den Jugendlichen dieser Studie nicht. Diese Befunde zeigen beispielhaft, wie wichtig es ist, zum Nachdenken über Gleichstellung und Geschlechterrollen anzuregen.

- Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
 Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
 • Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder



1 Sensibilisierung für Rollenstereotype

1 „Schlampe versus Womanizer?“

Sensibilisierung für Rollenstereotype

1.1 Massenmediale Geschlechter-Stereotype



Reflexionsfrage: Welche Rollenbilder werden in den Medien gezeigt?

Massenmediale Geschichten mit ihrer emotionalen und bildorientierten Erzählstruktur sind für Jugendliche eine wichtige Quelle zur eigenen Wertebildung. Insbesondere populäre TV-Sendungen – ob als Stream im Internet oder klassisch im TV – bleiben häufig in Erinnerung und können die Realitätsvorstellungen beeinflussen. Die Medienfiguren liefern dabei Anschauungsmaterial für vermeintlich „typisch“ männliche und weibliche Eigenschaften, mit denen man sich selbst vergleichen kann.² Über soziale Medien wie Facebook oder WhatsApp tauschen sich die Jugendlichen zudem über beliebte Sendungen aus: Auf diese Weise gewinnen diese auch für das eigene Rollen- und Werteverständnis an Bedeutung. Insbesondere realitätsnahe Darstellungen können den Eindruck verstärken, die dargestellten Stereotype entsprächen tatsächlich der „Wirklichkeit“. Stereotype sind generalisierende Vorstellungen, die jemand über eine bestimmte Gruppe von Menschen hat. Besonders **Reality-TV**, das bei Jugendlichen sehr populär ist, arbeitet mit Geschlechterstereotypen.



Das **Reality-TV** gibt vor, das Leben von Alltagsmenschen zu durchleuchten oder unbekannte Darsteller authentisch zu präsentieren, wie z. B. bei Castingshows. Auch **Scripted-Reality-Formate**, die sich an einem Drehbuch orientieren, aber vorgeben, reale Geschehnisse zu zeigen, sind beliebt und erreichen bei Kindern und Jugendlichen Marktanteile von bis zu 25 Prozent. Dabei wird bis zu einem Alter von rund 15 Jahren der geskriptete Charakter der Formate meist nicht erkannt. Es finden Verwechslungen mit Dokumentationen oder nachgespielten „echten“ Geschichten statt.³

In den Reality-TV-Formaten im Nachmittags- und Vorabendprogramm der privaten TV-Sender (wie Familien im Brennpunkt, Mitten im Leben, Die Trovatos – Detektive decken auf, Betrugsfälle,



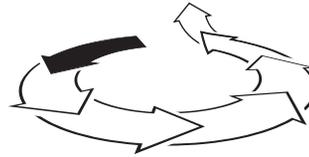
Quelle: Screenshot GMX; URL: <http://www.gmx.net/>, Stand: 15.08.2013

Verdachtsfälle, Die Schulermittler, X-Diaries – Love, Sun & Fun, Berlin – Tag und Nacht) finden sich immer wieder ähnliche Darstellungsmuster: die Frau als minderwertige „Schlampe“, die entweder unterwürfig-naiv und emotional abhängig von Männern ist, oder die selbstbewusste, berechnende Zicke, die ihre körperlichen Reize nutzt, um Männer an sich zu binden. Oft werden Frauen auch als schwaches Geschlecht oder Hausfrau bzw. Mutter gezeigt. Sie sind naiv und lassen sich – im Gegensatz zu Männern – bei Konflikten von ihren Emotionen leiten. Männer dagegen sind autoritär, Machos bzw. Womanizer. Fremdgehen in der Beziehung geht meist auch von ihnen aus.⁴ Die Darstellungen beider Geschlechter entsprechen oft stereotypem Schubladendenken – moderne, unabhängige Lebensentwürfe finden sich kaum.⁵

Diese weiblichen und männlichen Stereotype werden so dargestellt, als ob bestimmte Eigenschaften und Verhaltensweisen abhängig von der Geschlechtszugehörigkeit wären. Dabei wird so getan, als seien diese Merkmale **natürlich** und entsprächen dem Wesenskern des jeweiligen Geschlechts. Stereotype spielen eine entscheidende Rolle bei der Rechtfertigung von Ungleichbehandlungen und verstärken vorhandene Vorurteile, indem sie diese im medialen Alltag ständig widerspiegeln.

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

1 Sensibilisierung für Rollenstereotype

1.2 Cool oder sexy?

Nachahmung in Sozialen Netzwerken



Reflexionsfrage: *Passe ich mich an vorgegebene Rollenbilder an?*

Soziale Online-Netzwerke wie Facebook gehören zur alltäglichen Lebenswelt von Jugendlichen. Sie dienen der Kommunikation und Orientierung. Vor allem werden sie aber auch zur Selbstdarstellung und zum Abgleichen des Selbst- und Fremdbildes genutzt: Wie sehe ich mich selbst? Entspricht das dem Bild, das andere von mir haben? Analysen zeigen dabei, dass sich Jugendliche bei ihrer Selbstinszenierung in Sozialen Netzwerken an den Geschlechterstereotypen der Massenmedien orientieren und diese zum Vorbild nehmen.

So dominieren bei den – vor allem visuellen – Selbstdarstellungen wie dem Profilbild der männlichen Jugendlichen die Eigenschaften Stärke, Dominanz, Macht und Distanziertheit. Diese sind versinnbildlicht durch teilweise nackte Oberkörper oder angespannte Arm-, Brust- oder Bauchmuskeln. Durch raumgreifende Posen sowie direkte, fokussierte Blicke kommt Überlegenheit zum Ausdruck. Damit entsprechen die männlichen Jugendlichen in hohem Maße den massenmedial vermittelten Männlichkeitsbildern.⁶ In Teilen wenden sich die Jungen auf den Fotos auch ab. Sie sind dann in sich versunken, verstecken und ver mummen sich oder provozieren mit entsprechenden Gesten (Stinkefinger, geballte Faust, Gangzeichen). Durch diese Darstellungsform machen sie sich ein Stück weit unabhängig vom Betrachter: Sie erscheinen als autonome Personen, die über den

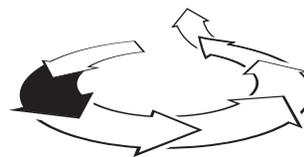
Dingen stehen. Ihren Körper setzen sie dabei als deutliches Männlichkeitszeichen ein. Aber auch das Zeigen der „weiblichen“ Seite ist möglich. So ist die Darstellung des metrosexuellen „Emo-Mannes“ nicht nur in Mode- oder Streetstyle-Blogs allgegenwärtig, sondern auch in Sozialen Netzwerken zu finden.

Mädchen arbeiten dagegen stark mit den Eigenschaften Schwäche, Gefühlsbetontheit und Schutzbedürftigkeit, die sie durch entsprechende Körperhaltungen und wenig raumgreifende Posen ausdrücken.⁷ Weibliche Attraktivität drückt sich in Form von Unterwürfigkeit und Hingebungsbereitschaft aus. Zum Teil stellen sie sich in offener Gesten und Posen dar.⁸ Mädchen sind dabei auf der Suche nach Anerkennung und ordnen sich dem männlichen Blick unter.⁹ Sie stellen sich als attraktiv und affiliativ (d. h. den Wunsch nach Kontaktaufnahme signalisierend) dar. Die sexualisierte Selbstdarstellung junger Frauen unterliegt dabei einem starken Widerspruch: Einerseits wollen sie begehrenswert (für Männer) sein, andererseits gilt es, nicht als „Schlampe“ abgestempelt zu werden.¹⁰

Oft werden so stereotype Bilder von Weiblichkeit oder Männlichkeit gezeichnet, in deren Darstellung die Persönlichkeit und individuelle Besonderheit der Jugendlichen in den Hintergrund und die Rollendarstellung in den Vordergrund tritt.¹¹ Hierbei werden keine selbstentwickelten Rollen gelebt, sondern es findet eine Orientierung an stereotypen Vorbildern klassischer Geschlechterordnung statt. Diese werden in dem Glauben nachgeahmt, dass die gezeigten Bilder die Norm dessen darstellen, was als attraktiv und nachahmenswert gilt. Die Nachahmung hat dabei vor allem mit dem Wunsch nach Zugehörigkeit und der Angst vor Ausgrenzung zu tun.



- Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
 Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
 • Baustein 3 | **Mediale Frauen- und Männerbilder**



- 2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

2 „Bin ich das, wozu andere mich machen?“

Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

2.1 Selbstobjektifizierung



Reflexionsfrage: Vermitteln Medien, dass meine Selbstwertschätzung von der Beurteilung meines Körpers durch andere bestimmt wird?

Wie in vielen anderen Casting- und Votingshows werden in der von vielen weiblichen Teenagern gesehenen Castingshow Germany's Next Topmodel (GNTM/ProSieben) Formen der Selbstobjektifizierung und Demütigung vorgeführt. Wer den Anforderungen der Jury gerecht wird, kann im Finale das nächste „Topmodel“ Deutschlands werden. Dafür machen die angehenden „Topmodels“ sich selbst zum Objekt (= Selbstobjektifizierung): Sie inszenieren ihren schlanken und schönen Körper vor der Kamera und setzen ihn damit den Blicken und der Beurteilung

anderer aus, um ihre Konkurrentinnen auszustechen – und so das Spiel um Berühmtheit und sozialen Aufstieg zu gewinnen.



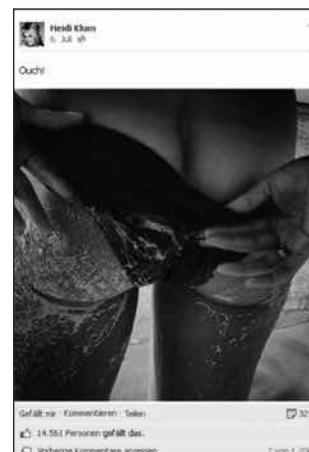
Nach **Pierre Bourdieu** hat ein solches Verhalten „zur Folge, dass die Frauen in einen andauernden Zustand körperlicher Verunsicherung oder besser, symbolischer Abhängigkeit versetzt werden: Sie existieren zuallererst für und durch die Blicke der anderen, d. h. als lebenswürdige, attraktive, verfügbare **Objekte**.“
Pierre Bourdieu, 2005, S. 117



Die Castingshow Germany's Next Topmodel (GNTM) wird von fast jedem zweiten der 14- bis 19-jährigen Mädchen angesehen (46,5 Prozent). Aber auch bei den Mädchen zwischen zehn und 13 Jahren erreicht GNTM schon einen Marktanteil von 40,8 Prozent.¹²

Vorbild für Mädchen – Heidi Klum

Quelle: Screenshot facebook;
 URL: https://www.facebook.com/HeidiKlum/photos_stream, Stand: 10.06.2014



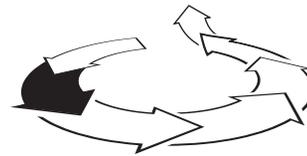
Der eigene Körper wird auf diese Weise funktionalisiert: Es wird mit und an ihm gearbeitet, um eine bestimmte Leistung zu erbringen.

Diese mediale Inszenierung der Selbstobjektifizierung ist eigentlich ein Paradox: Die Mädchen sollen eine äußerlich sichtbare soziale Rolle einüben, gleichzeitig aber diese Übernahme von Rollenvorstellungen – die normativ von der Jury vorgegeben werden – als Selbstverwirklichung und Ausbildung ihrer individuellen Persönlichkeit verstehen. Warum aber machen sich die Mädchen augenscheinlich freiwillig selbst zum Objekt und scheinen dabei auch noch Spaß zu haben? Eine mögliche Erklärung ist der Wunsch nach Erfolg und Ansehen: Eine ökonomisierte Gesellschaft verspricht jungen Frauen einen kommerziell erfolgreichen Status, wenn sie sich auf ihr körperliches Selbst konzentrieren.

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**



2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

Schöner, als die Natur erlaubt

Reality-TV-Formate wie beispielsweise Extrem Schön (RTL II), in denen Schönheitsoperationen gezeigt werden, führen diese Art der Selbstobjektifizierung in gesteigerter Form vor. Sie vermitteln den Eindruck, dass Identität sich allein auf das körperliche Selbst reduzieren lässt und hergestellt werden kann – mit Hilfe von Schönheitsoperationen und anderen Eingriffen am Körper. Das rationale, soziale oder kreative Selbst wird dabei völlig ignoriert. So wird das Bild eines – zumeist weiblichen – Körpers geschaffen, der

korrekturbedürftig ist und in einem Akt vermeintlicher Selbstverwirklichung an ein vorhandenes Schönheitsideal angepasst werden muss.



„Unablässig unter dem Blick der anderen, sind sie dazu verurteilt, ständig den Abstand zwischen dem realen Körper, an den sie gefesselt sind, und dem idealen Körper, dem sie sich unermüdlich anzunähern streben, zu empfinden. Auf den Blick des anderen angewiesen, um sich selbst zu konstituieren, sind sie in ihrer Praxis fortwährend an der antizipierten Wertung ihres körperlichen Erscheinungsbildes, ihrer Art der Körperhaltung und -präsentation orientiert.“
Pierre Bourdieu, 2005, S. 118



Beispiel für Selbstobjektifizierung

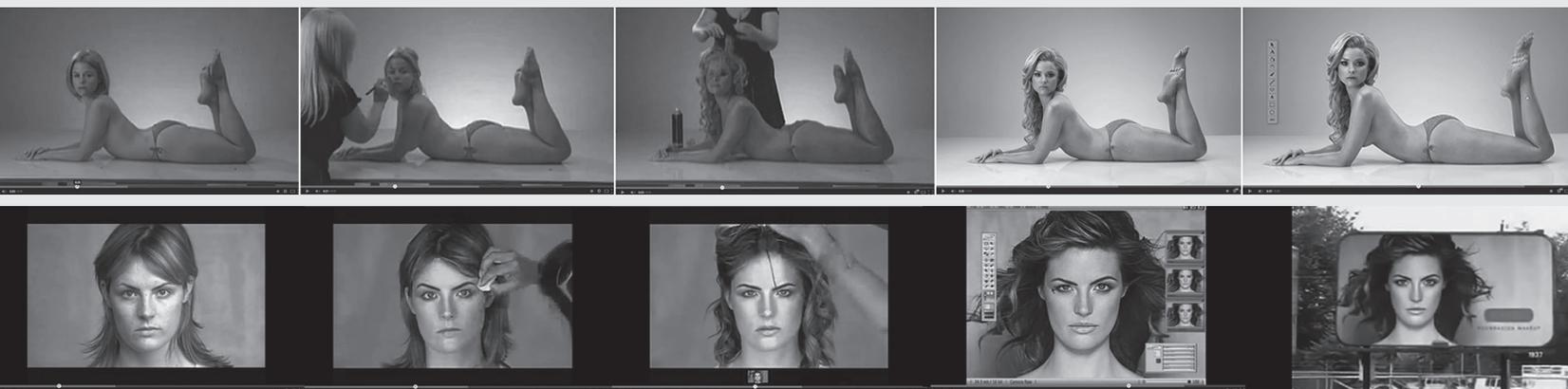
Quelle: Screenshot facebook; <https://www.facebook.com>, Seite FB Schlampen, Stand: 13.8.2013

Unter ethischen Gesichtspunkten ist es besonders bedenklich, dass hier jedes Mittel bis hin zum medizinischen Eingriff als gerechtfertigt dargestellt wird, um seinen Körper entsprechend einer vorgegebenen Norm zu verändern. Damit wird das hohe Gut der körperlichen Unversehrtheit leichtfertig aufs Spiel gesetzt, mögliche Spätfolgen werden ausgeblendet – was allerdings insbesondere für Jugendliche kaum absehbar ist.

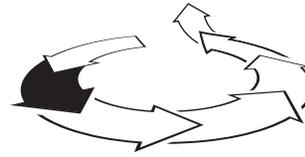


Evolution of a Model

Quellen: Screenshots YouTube; URL: <http://www.youtube.com/watch?v=17j5QzF3kqE>, Stand: 22.05.2012 und URL: <http://www.youtube.com/watch?v=s2gD80jv5ZQ>, Stand: 16.10.2014



- Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
- Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
- Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder



- 2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

2.2 Zurück in die Zukunft?

Ungleichwertige Rollenbilder in den Medien

? **Reflexionsfragen:** Werden weibliche und männliche Eigenschaften in den Medien als gleichwertig dargestellt? Oder sind sie mit jeweils anderen Bedeutungen verbunden – wie z. B. Stärke, Souveränität, Handlungsfähigkeit versus Schwäche, Fürsorge, Anpassung?

Für eine Sensibilisierung hinsichtlich geschlechterstereotyper Darstellungen eignet sich insbesondere die Werbung. Ob im Internet, im Fernsehen, auf dem Smartphone, auf Plakaten oder in Zeitschriften: Jugendliche werden in ihrem Alltag regelmäßig mit Werbung konfrontiert. Diese zeigt Lebensstile, Moden und Geschlechterrollenbilder, um ihre Botschaften an die weiblichen und männlichen Zielgruppen zu bringen und sie zu beeinflussen. So ist Werbung mittlerweile zu einer „soziokulturellen Supermacht geworden“, die „gesellschaftliche Sphären und Identitätsaspekte erfasst, durchdringt und bestimmt“.¹³

Ein Bild von einem Mann

Was das Männerbild in der Werbung betrifft, gilt: **Rolle vorwärts – Rolle rückwärts**. Wenngleich sich neue Rollenbilder abzeichnen (s. alternative Rollenbilder), halten sich bestimmte Kernmotive und Ideale, die für Männer als erstrebenswert gelten sollen, seit über 20 Jahren. Dazu gehören:

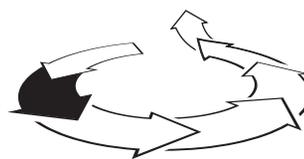
- **körperliche Autonomie** und **Selbsterfahrung** in exotischen Räumen und der Natur,
- **berufliche Selbstverwirklichung** im Kontext von Zukunft und Technik,
- **körperliche Leistungsfähigkeit** bei Sport und Extremerfahrungen,
- **männliche Erotik**, aber mit selbstbewusstem Blick gegenüber dem Betrachter,
- **Freiheit** und **Abenteuer**, wo sich der Mann als „Explorer“ erlebt und seinen Wirkungskreis erweitert.¹⁴

Männliche Attraktivität wird in der Werbung vor allem über Sportlichkeit vermittelt, die souveräne und rationale Selbstbeherrschung demonstriert. Dabei schwingen Leistungsfähigkeit und Kampf als Komponenten traditioneller Männlichkeit mit¹⁵ – ein symbolischer Ausdruck von Stärke und Überlegenheit.



Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

Eine Rolle rückwärts stellt der Männertypus des **neomaskulinen Mannes** dar. Er scheint eine Antwort der Werbung auf die Verunsicherung männlicher Identitätsfindung zu sein (s. Wertekonflikte). Dieser Typus wird als „echter Kerl“ mit „Ecken und Kanten“ gezeigt. Dazu gehören eine deutliche Abgrenzung zum Weiblichen, vorgebliche Authentizität, Bodenständigkeit und körperliche Hypermaskulinität – d. h. eine massive Überzeichnung dessen, was als männlich gelten soll. Diese **coolen Jungs** werden oft in männerdominierter Umgebung dargestellt: an der Bar, beim Grillen oder mit Autos.

Dieses männliche Rollenbild orientiert sich am Trend hin zur **Remaskulinisierung**. Sowohl die traditionellen als auch die remaskulinisierten Werbetypen können bei Jugendlichen die Orientierung an einem eindimensionalen Rollenbild verstärken. Das setzt sie nicht nur unter Leistungsdruck, sondern hindert sie auch daran, Eigenschaften an sich wertzuschätzen, die nicht in diesen männlichen **Coolness-Kanon** passen.

Wie Frauen „konstruiert“ werden

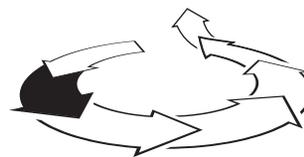
Vergleicht man diese Männerbilder mit den Frauenbildern der Werbung, so wird klar, dass Frauen völlig andere Eigenschaften zugeschrieben werden. Neben der **sexy Frau** findet sich hier die **fleißige Hausfrau** und **fürsorgliche Mutter** – zum einen in der traditionellen Darstellung (sie weiß, welche Produkte die Wäsche sauber waschen), und zum anderen in der modernen Darstellung als **Superfrau**, die Beruf und Mutterrolle kombiniert.¹⁶ Während das traditionelle Frauenbild den Eindruck eines stark eingeschränkten Aktionsradius' von Frauen vermittelt, kann das Bild der modernen Superfrau, die scheinbar so gut wie alles kann und immer erfolgreich ist, überfordernd auf junge Mädchen wirken und sie unter Perfektionsdruck setzen.

Die **sexy Frau** dagegen definiert ihren persönlichen Wert über den Körper. Meist sind die so dargestellten Frauen jung, attraktiv, schlank, gepflegt, gut gekleidet und glücklich mit ihrer Situation.¹⁷ Schönheit und Jugend werden dabei zur Frage der richtigen Produktwahl. Die **sexy Frau** steht allerdings unter dem Druck, sich an herrschenden Schönheitsidealen messen zu müssen und ihr Selbstwertgefühl am Gelingen der Verschönerung festzumachen.

Eine ungleichwertige Darstellung der Geschlechter findet nicht nur in der Werbung und in Unterhaltungsmedien statt, sondern auch in der Berichterstattung über Frauen in Führungspositionen. Die Studie von Maier und Grittmann (2013) zeigt: Weibliche Führungspersonen werden seltener als eigenständige und unabhängige Persönlichkeit gezeigt. Ihr privates Umfeld wie Ehe und Familie spielt im Unterschied zu den männlichen Führungspersonen eine wichtigere Rolle. Auch Äußerlichkeiten werden ungleich gewichtet: Während bei der Frau in der Regel ihre Attraktivität und Kleidung thematisiert werden, wird das Äußere bei einer männlichen Führungsperson zumeist nicht erwähnt.

Die häufige mediale Verortung der Frau im privaten Raum **Familie und Soziales** gegenüber der des Mannes im öffentlichen Raum des beruflichen **Erfolgs**, der **Freiheit** und des **Abenteuers** verhindert, dass Jugendliche für diese Schieflage der Geschlechterzuordnung sensibilisiert werden. Vielmehr wird damit der Eindruck verstärkt, diese sei „normal“ oder „natürlich“ – ganz im Sinne der angesprochenen Biologisierung. Eine Reflexion über diese Zuschreibungen ist besonders dann notwendig, wenn sie sich mit den Geschlechtermodellen der Jugendlichen verschränken.

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
 Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
 • Baustein 3 | **Mediale Frauen- und Männerbilder**



2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

2.3 Bestimmt oder selbstbestimmt?

Verdinglichung

 **Reflexionsfrage:** Wird eine dargestellte Person bloß als Mittel behandelt?

Das Instrumentalisierungsverbot stellt in der Ethik ein Grundprinzip der Moral dar: Nach Immanuel Kants „Selbstzweckformel“ darf man weder andere noch sich selbst bloß als Mittel behandeln. Eine Person zu verdinglichen heißt, sie als Objekt zu behandeln und zu instrumentalisieren. Verdinglichung ist vornehmlich dann ethisch unzulässig, wenn sie auf Ungleichheit oder einer Machtasymmetrie der beteiligten Akteure beruht. Beispiele für eine solche Verdinglichung sind die Vorführung einer Person als schmückende Dekoration für ein neues PKW-Modell oder die Reduktion auf ihre Rolle als Lustobjekt. Aber auch die in Castingshows wie Deutschland sucht den Superstar von Dieter Bohlen vorgebrachten „witzigen“ Sprüche sind Beispiele für eine Objektifizierung: „Du siehst aus wie eine geisteskranke Blondine“ oder „Der Unterschied zwischen dir und ner Batterie ist: Bei ner Batterie gib't's auch positiv. Bei dir ist alles scheiße.“¹⁸ Wenn eine Person ihrer Instrumentalisierung zustimmt, heißt das nicht, dass der Akt der Verdinglichung damit gerechtfertigt ist. Vielmehr stellt sich die Frage, ob die Person auch anders hätte handeln können und ob sie sich der möglichen Konsequenzen ihres Tuns bewusst ist.



Die Philosophin **Martha C. Nussbaum** versteht unter Verdinglichung einer Person:

- sie zu einem Zweck zu instrumentalisieren
- ihre Autonomie und Selbstbestimmung zu leugnen
- sie als handlungsunfähig zu behandeln
- sie als austauschbar anzusehen
- ihre Grenzen nicht zu respektieren
- ihre Subjektivität (ihr Erleben und Fühlen) zu ignorieren

Martha C. Nussbaum, 2002, S. 102

Sofa sitzend umgeben von leicht bekleideten, tanzenden Frauen – die als „Bitch“ oder „Hoe“ bezeichnet werden. Ein ähnliches Muster findet sich in Robin Thickers „Blurred Lines“, in dem es textlich gar um Domestizierung geht: Frauen werden mit Tieren verglichen, die visuelle Ebene zeigt die direkte Assoziation

mit einem Hund. In dünnste Stoffe gehüllte Damen umtanzen **coole Jungs** in Anzügen, die ihnen über die Ränder ihrer Sonnenbrillen schauend zurufen: „Ich weiß, du willst es doch auch“. In Nicki Minajs und Lil Waynes „High School“ ist Minajs Rolle stark sexuell aufgeladen. Mit Schutz suchenden Augenaufschlägen präsentiert sie sich unterwürfig. Indem ihr Hintern und ihre Brüste ostentativ zur Schau gestellt werden, wird sie auf die Rolle des Sexsymbols reduziert. Die Männer dagegen tragen Anzüge, demonstrieren ihren muskulösen Körper und umgeben sich mit männlichen Statussymbolen, wie einem schwarzen Ferrari – alles Zeichen des stereotyp-affirmativen Männerideals des Lifestyle-Machos.



„Konshens – Gal a Bubble“

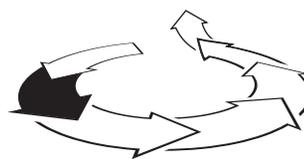
Quelle: Screenshot YouTube; URL: www.youtube.com/watch?v=AHmWlldZOrA, Stand: 10.09.2014

Frauen als Trophäe und Deko-Material

Inszenierungen der Verdinglichung lassen sich insbesondere bei pornografischen, aber auch bei sexualisierten Darstellungen in populären Musikvideos finden, häufig in den Musikgenres Hip-Hop/Rap/R&B und Reggae/Dancehall/Ragga. In 2 Chainz' und Pharrells Musikvideo zu „Feds Watching“ ist der Mann auf einem

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

Frauen als erotisches Beiwerk und Deko-Material setzen auch populäre Musikvideos aus dem Genre **Dancehall/Reggae** ein: In Konshens' „Gal a Bubble“ (sinngemäß etwa: „Mädel wackle mit dem Hintern“) findet sich eines der wohl am meisten bemühten Stereotype wieder: Frauen in Hotpants in Kombination mit protzigen Autos, dazu der so typische sexualisierte Tanzstil. Elephant Mans „Dash Wata“ („Wata“ ist ein Ausdruck für „Water“) erinnert in der visuellen Darstellung an eine Beachparty mit „Strandhäschen“ und „Wet-T-Shirt-Contest“. Auch hier werden Frauen auf

Äußerlichkeiten und ihre sexuellen Reize reduziert: Sie dienen den männlichen Sängern als Trophäe. Das gemeinsame Muster dieser Musikvideos ist: „Männlich“ ist man umso mehr, je weniger man weibliche Attribute zeigt – und je stärker man sie stattdessen vorführt. Das „Alphamännchen“ ist der, der von den meisten unterwürfigen Frauen umgeben ist. So kann bei jungen Frauen die Vorstellung entstehen, dass es genau das ist, was Männer von ihnen erwarten – und sie verhalten sich entsprechend, um zu gefallen.

2.4 Sind einige gleicher als andere?

Ungleiche Repräsentanz

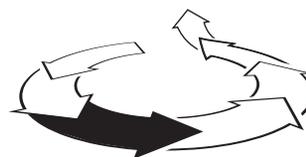


Reflexionsfragen: Sind Frauen und Männer gleichermaßen in Nachrichten und Informationssendungen vertreten? Wenn Frauen in den Nachrichten unterrepräsentiert sind, wird dann auch ihre Rolle in der Gesellschaft unterbewertet?

Obgleich aufgrund der Präsenz weiblicher TV-Moderatorinnen der Eindruck besteht, dass im Journalismus Männer und Frauen ausgewogen vertreten sind, zeigen die tatsächlichen Zahlen ein anderes Bild. Nur etwa 20 Prozent der Menschen, über die in den Nachrichten in Deutschland berichtet wird (TV, Radio und Zeitungen), sind weiblich – dabei besteht die deutsche Bevölkerung rund zur Hälfte aus Frauen.¹⁹ Fernseh- oder Radionachrichten werden zu ca. zwei Dritteln von Männern moderiert. Eine ähnliche Verteilung findet sich bei Zeitungsjournalisten.²⁰ So kann leicht der Eindruck entstehen, das „seriöse Nachrichtengeschäft“ sei Männersache. Treten Menschen als Experten oder

Kommentatoren in Erscheinung, so sind diese nur zu zehn Prozent weiblich. Das macht deutlich, dass weibliche Personen mit Autoritäts- oder Expertenstatus in den Nachrichten klar unterrepräsentiert sind.²¹ Dabei zeigen sich in den letzten Jahren in bestimmten Bereichen Verschiebungen. So steigt beispielsweise der Anteil der medial in Erscheinung tretenden Wirtschaftsjournalistinnen. Dennoch ist der Wirtschaftsjournalismus nach wie vor eine Männerdomäne – weibliche Journalistinnen sind meist in stereotypen Bereichen wie Wellness, Mode, Familie, Kinder oder Lifestyle zu finden.²²

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
 Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
 • Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder



3 Reflexion über die Folgen ungleicher Bewertungsschemata

3 „Mache ich das, was andere mir sagen?“

Reflexion über die Folgen ungleicher Bewertungsschemata



Reflexionsfrage: Wie wirken sich eindimensionale Rollenbilder in den Medien auf die Bildung der eigenen Identität und die Lebensziele aus?

Einfluss auf körperliches Wohlbefinden und Selbstwertschätzung

Von der späten Kindheit über die Pubertät bis hin zum jungen Erwachsenen: Beim Heranwachsen eines jungen Menschen ist die Suche nach einer eigenen Identität stark auf den Körper zentriert. Jugendliche orientieren sich dabei auch an medialen Schönheitsidealen und Körperbildern. Negative Effekte dieser Orientierung sind aus der Medienwirkungsforschung belegt: die Gefahr der Beeinträchtigung von Gesundheit, körperlichem Wohlbefinden und Selbstwertgefühl.

Mädchen, die häufig Fernsehinhalte sehen, in denen ein sehr schlankes Körperideal vermittelt wird, sind mit ihrem Körper eher unzufrieden und zeigen häufiger Essstörungen.²³ Eine geringe Körperzufriedenheit scheint bei jungen Mädchen nicht selten auch mit einem niedrigen Selbstbewusstsein gepaart zu sein.²⁴ Die Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper steigt in der Regel mit zunehmendem Medienkonsum: Personen, die sehr viel fernsehen, sind tendenziell mit dem eigenen Körper unzufriedener. Sie empfinden sich als zu dick oder ihre Brüste als zu klein²⁵. Mädchen, die regelmäßig „Germany’s Next Topmodel“ sehen, erwerben einen routinierten und professionalisierten Blick dafür, wie der weibliche Körper idealerweise aussehen und präsentiert werden muss. Damit verändert sich auch die Wahrnehmung von normalen Mädchenkörpern, die dann als mangelhaft erscheinen.

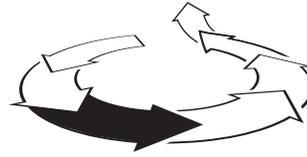


„Individuelle Autonomie wird allgemein als die Fähigkeit von Personen verstanden, über ihr eigenes Leben bestimmen zu können, ihr eigenes Leben zu führen anhand von Gründen, Überlegungen, Motiven, Wünschen, die ihre eigenen sind und nicht von anderen (...) aufgezwungen werden.“
Beate Rössler 2011, S. 93

Wenngleich Essstörungen größtenteils Mädchen betreffen, können auch Jungen Körperideale entwickeln, die mit Essstörungen einhergehen oder nur durch exzessiven Muskelaufbau erreichbar sind.²⁶ Der Kinder- und Jugendgesundheitsurvey (KiGGS) des Robert-Koch-Instituts zeigt: „Bei etwa einem Fünftel aller 11- bis 17-Jährigen in Deutschland liegt ein Verdacht auf eine Essstörung vor. Bei den jüngsten Befragten ist der Anteil von auffälligen Jungen und Mädchen etwa gleich hoch.²⁷ Mit zunehmendem Alter nimmt jedoch der Anteil der auffälligen Mädchen zu, der der Jungen ab. Bei jedem dritten Mädchen zwischen 14 und 17 Jahren gibt es Hinweise auf eine Essstörung, bei den Jungen sind 13,5 Prozent auffällig.“²⁸ Obwohl die Gründe für diese Entwicklungen im komplexen Zusammenspiel einer Vielzahl von Faktoren zu suchen sind, besteht unter Wissenschaftlern Einigkeit darüber, dass Medien und die hier vermittelten Körperbilder eine Rolle spielen.²⁹

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

3 Reflexion über die
Folgen ungleicher
Bewertungsschemata

Insgesamt betrachtet reichen die Extreme dieser Entwicklungen von einem sehr starken Schlankheitsbedürfnis bis hin zu einer erhöhten Bereitschaft zu **Body-Modification** und Schönheitsoperationen.³⁰ Gerade bei Reality-Sendungen, die sich ausschließlich mit Schönheitsoperationen beschäftigen, sind die Forschungsergebnisse eindeutig: Je öfter solche Sendungen gesehen werden, desto positiver sind deren ZuschauerInnen Schönheitsoperationen gegenüber eingestellt – und desto eher sind sie auch dazu bereit, sich selbst einer solchen zu unterziehen.³¹ Solche Formate, die verharmlost dargestellte kosmetisch-operative Eingriffe zum Thema haben, können die Entwicklung von Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen Persönlichkeit beeinträchtigen. Zudem wird hier ein Leitbild vermittelt, nach dem sich der Selbstwert von Menschen an fragwürdigen Schönheitsidealen bemisst. So kann der Eindruck entstehen, dass die – medizinisch nicht notwendigen – operativen Eingriffe nicht nur die Persönlichkeit und das Selbstbewusstsein verbessern, sondern auch das gesellschaftliche Ansehen und die Erfolgchancen im Berufsleben.³²

Zusätzlich fällt in den Kanälen des **User-generated Content** (UGC; z. B. YouTube) eine zunehmende Anzahl an äußerlichkeitsbezogenen Anleitungen wie Schmink-, Frisier- oder Fitnessvideos auf. Die Jugendlichen mit den meisten Klicks werden bereits von der Schönheitsindustrie als Multiplikatoren mit hoher **„Street-Credibility“** gesehen und dementsprechend mit Testprodukten ausgerüstet, über die sie dann berichten können. **„Soziale Schönheitsindustrie 2.0“** sozusagen.

Befähigung zu einem autonomen Leben

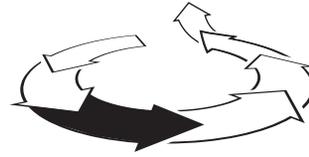
Ein autonomes Leben beinhaltet die Chance, sich selbst frei entfalten zu können, die Fähigkeit zu selbstbestimmtem Handeln sowie die Möglichkeit, in Beziehungen mit anderen ein Verhältnis zu sich selbst zu finden – zu den eigenen Wünschen, Zielen, Überlegungen und Gefühlen. Die massenmediale Verbreitung eines Frauenbildes, bei dem Selbstobjektifizierung und Verdinglichung als „natürliches“ weibliches Verhalten definiert wird, kann Mädchen hingegen die Übernahme derartiger Verhaltensmuster nahelegen. Dadurch verringern sich ihre Chancen auf ein autonomes Leben, bei dem sie sich selbst entdecken, eigene Werte und Ziele selbst bestimmen und sich selbst reflektieren können.

„Kultivierung“ einer verzerrten Wahrnehmung der Geschlechterverhältnisse

Der Einfluss der Geschlechterrollenbilder reicht über das Individuum hinaus bis in die Gesellschaftsordnung hinein. Die Wirkungsforschung spricht hierbei von „Kultivierung“. Wenn Frauen kaum Expertenstatus zugeschrieben wird oder diese in Führungspositionen nicht über fachliche Kompetenz, sondern über familiäre Kontexte oder Äußerlichkeiten beschrieben werden, so kann das – im Sinne einer Kultivierung – zu einer verzerrten Wahrnehmung der tatsächlichen Geschlechterverhältnisse führen. Gleiches gilt für die Darstellungen von Männern als stark und dominant sowie von Frauen als ausschließlich emotional und fürsorglich – die Reduktion auf das traditionelle Bild „Haus – Herd – Mutter“.

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

3 Reflexion über die Folgen ungleicher Bewertungsschemata



Der Prozess der „Kultivierung“: Je mehr die Menschen Medien nutzen, desto eher gehen sie davon aus, dass das dort Gezeigte mit der Realität übereinstimmt. So kann eine gemäß der „Medienrealität“ verzerrte Wirklichkeitsvorstellung entstehen – der sogenannte Kultivierungseffekt.

Einfluss auf den Berufswunsch

Geschlechterbezogene mediale Werturteile können sich auch auf den Berufswunsch von Jugendlichen auswirken. Wie aus einer im Auftrag des Bundesbildungsministeriums durchgeführten Studie von 2010 hervorgeht, orientierten sich 23 Prozent der befragten 2.500 Schülerinnen bei ihrem Wunschberuf an Filmen und TV-Serien. So zeigt beispielsweise eine Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI), dass jede(r) Zweite der regelmäßigen Germany's Next Topmodel-ZuschauerInnen zwischen neun und 19 Jahren es sich selbst vorstellen könnte, ins Showbusiness zu gehen. Bei den Neun- bis Elfjährigen sind es sogar 63 Prozent.³⁵

Andererseits können auch naturwissenschaftliche bzw. nicht stereotype Berufsbilder an Attraktivität gewinnen, wenn sie denn medial populär sind. Das zeigt der große Erfolg der amerikanischen Krimiserie CSI: Crime Scene Investigation, die seit 2000 in den USA und Europa ausgestrahlt wird. Im Mittelpunkt stehen dabei „Frauen, die sich auch mal dreckig machen, ihr Hirn benutzen und jede Menge Krimineller zur Strecke bringen“, wie Corinne Marrinan meint, „Associate Producer“ und Autorin der Serie.³⁴ So habe sich – anscheinend aufgrund des Vorbildeffekts – in den letzten zwölf Jahren der weibliche Anteil der Forensikstudierenden um 64 Prozent auf 75 Prozent erhöht. In forensischen Laboren arbeiten mit 60 Prozent deutlich mehr Frauen als Männer. Das zeigt nach Ansicht von Marrinan, dass „viele junge Frauen nach positiven Rollenvorbildern geradezu hungern und solche Figuren brauchen, um sich an ihnen zu orientieren und ihnen in ihrer eigenen Zukunft nachzueifern“.

Die zähe Diskussion um die Frauenquote und die ambivalente Meinung der Gesellschaft zu feministischen Anti-Sexismus-Projekten – wie dem Tweet #aufschrei – zeigt, dass starke, selbstbestimmte Frauenvorbilder immer noch einen Kampf um Anerkennung führen müssen. Diese Botschaft wird implizit auch jungen Frauen vermittelt.

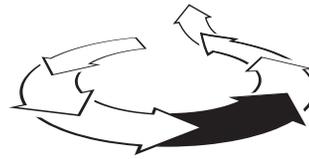


Ein kritischer Blick auf traditionelle Rollenbilder und alternative Ideen finden sich auch auf Internetportalen wie www.lizzynet.de, dem Blog maedchenmannschaft.net oder der Zeitschrift Missy Magazine.



Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

4 Auseinandersetzen mit alternativen Rollenbildern – Klischees brechen

4 Einfach typisch? Oder stereotypisch?

Auseinandersetzen mit alternativen Rollenbildern – Klischees brechen



Reflexionsfragen: Welche alternativen Geschlechterrollenbilder gibt es? Wo finden sich flexible Vorstellungen von Geschlechtermodellen?

Medieninhalte können dazu beitragen, die „natürliche“ Selbstverständlichkeit von Rollenbildern in Frage zu stellen, indem sie mit stereotypen Geschlechterrollen brechen und stattdessen Vielfalt vermitteln. Statt zu zeigen, wie eine „typische“ Frau oder ein „typischer“ Mann **ist** bzw. **zu sein hat**, können alternative mediale Identifikationsangebote die Vielfalt weiblicher und männlicher (und dazwischen liegender) Persönlichkeiten präsentieren.

Ein Beispiel hierfür ist der Film „Billy Elliot“ (2000), in dem ein Junge darum kämpft, Ballet tanzen zu dürfen. Jugendliche können so zu Offenheit und Unvoreingenommenheit für nicht-normatives Geschlechterverhalten bewegt werden – und anhand dieses Beispiels die so plakativ dargelegten normativen Strukturen reflektieren.



Quelle: Screenshot; YouTube-Video „Billy Elliot, I will dance“: www.youtube.com/watch?v=sboTAzEgwJw, Stand: 9.12.2014

4.1 Starke Frau statt Glitzerprinzessin

Alternative weibliche Rollenbilder

Selbstbewusste Frauenbilder in der Werbung

Abweichungen von den traditionellen Frauenbildern finden sich vereinzelt auch in der Werbung. Ein Beispiel hierfür ist die erfolgreiche Dove-Werbekampagne mit ihrem Gegenentwurf zum Schlankeitswahn der Kosmetikbranche: Die Models sind nicht schlank, wirken aber selbstbewusst und authentisch. Mit einer gezielten „Selbstwert-Kampagne“ bietet sie ein alternatives Rollenscript für Mädchen an. Dieses Bild einer selbstbewussten Individualistin scheint sich als neuer Typus zumindest zum Teil etablieren zu können.

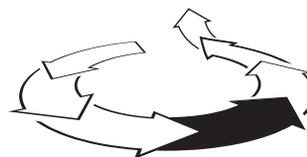


Der Spot „Ich bin schön!“ findet sich im Internet unter <http://www.dove.de/de/Tipps-Themen-and-Artikel/Videos/Ich-bin-schon.aspx>



Quelle: Screenshot Dove; URL: <http://www.dove.de/de/Tipps-Themenand-Artikel/Videos/Ich-bin-schon.aspx>, Stand: 10.09.2014

- Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
- Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
- Baustein 3 | **Mediale Frauen- und Männerbilder**



- 4 Auseinandersetzen mit alternativen Rollenbildern – Klischees brechen

Auch die Initiative pinkstinks.de liefert alternative Orientierungsmuster. Sie richtet sich gegen Produkte, Werbeinhalte und Marketingaktionen, die Mädchen eine limitierende Geschlechterrolle zuweisen. Ein klassisches Beispiel dafür ist die klischeehafte Vertriebsmaxime des „shrink it and pink it“ bei technischen Produkten wie Handys. Angeblich können Mädchen mit Technik nicht viel anfangen, also muss man sie „schick“ machen – ein Stereotyp, das Frauen Technikkompetenz abspricht und sie in die Mode- und Lifestyle-Ecke drückt.

Die Kampagne „Pinkstinks“ will Geschlechterklischees in Werbung und TV-Formaten für Kinder aufzeigen und aufbrechen. <http://pinkstinks.de/>

Eine weitere Form der Abweichung ist die Umkehrung von „typischem“ Geschlechterverhalten – zum Beispiel, wenn Frauen etwas tun, was als „typisch“ männlich gilt. Allerdings wird in der Regel der Zugewinn an Macht und Handlungsfähigkeit nur zugestanden, solange die Frau betont feminin dargestellt ist. Der Normenbruch funktioniert also nur deshalb, weil er auf die traditionelle Geschlechterordnung zurückverweist.

Bei Imagekampagnen von Firmen, die weibliches Personal suchen, finden sich am ehesten Frauenbilder, die im Sinne einer Gleichstellungspolitik gestaltet sind – im Unterschied zur Werbung für Konsumprodukte. Die Deutsche Bahn zum Beispiel zeigt eine junge Frau als „Gipfelstürmerin“, „Visionärin“ und „Energiebündel“.



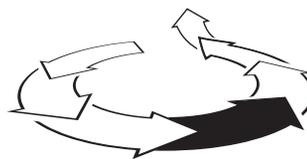
Quelle: Screenshot PINKSTINKS; URL: <http://pinkstinks.de/>, Stand: 10.09.2014

Tip: Projektidee „Role Model of the Month!“
Die Schülerinnen und Schüler versammeln sich im Sitzkreis. Ein „Rollenvorbild des Monats“ soll gewählt werden. Vorschläge für den Monat werden eingebracht, Jungen und Mädchen schlagen im Monatswechsel vor. Es können von Mädchen auch Männer und von Jungen auch Frauen vorgeschlagen werden. Die Begründung ist wichtig: „Was qualifiziert die Person dazu, Vorbild des Monats zu werden“? Wahl durch Abstimmung. Das Rollenvorbild des Monats wird monatlich im Zimmer aufgehängt.

3

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

4 Auseinandersetzen mit alternativen Rollenbildern
– Klischees brechen

Vielfalt statt Einfalt in Musikvideos abseits des Mainstreams

Weibliche Künstlerinnen versuchen zunehmend, Geschlechtsstereotype kreativ aufzubrechen. So behauptet sich die Musikerin Beth Ditto, Frontfrau der Punkband Gossip, erfolgreich im Mainstream. Sie stellt durch ihre Person massenmedial vermittelte Körperbilder in Frage – vor allem den Schlankeitswahn. Für eine britische Modekette entwarf die füllige Musikerin eine Kleiderkollektion für Übergrößen. Sie lebt offen lesbisch und hat im Jahr 2013 ihre Freundin geheiratet.

Ein alternatives Frauenideal vertritt auch die deutsche Hip-Hop-Sängerin Sokee, die sich offen gegen den Sexismus und die Homophobie vieler Rapper (u. a. Bushido und Sido) ausspricht. Weitere Beispiele sind:

- die US-amerikanische Singer-/Songwriterin Maia Vidal, die in ihrem Song „Disaster Body“ das Thema Magersucht und Zwangserkrankungen aufgreift,
- Peaches, die in Berlin lebende Elektro-Clash-Künstlerin mit kanadischen Wurzeln, die in ihrem Song „Boys Wanna Be Her“ (2006) heterosexuelle Geschlechtergrenzen aufbricht („the boys wanna be her, the girls wanna be her“),
- die bekannte schwedische Popsängerin Robyn, die in ihrem Song „Who’s That Girl“ (2008) Schönheitsideale, Machtverhältnisse und traditionelle Beziehungsmodelle in Frage stellt.



Robyn: Who’s That Girl

„Good girls are pretty like all the time
I'm just pretty some of the time
Good girls are happy and satisfied
I won't stop asking until I die
(...)
Good girls don't say no or ask you why
I won't let you love me, until you really try
Good girls are sexy like every day
I'm only sexy when I say it's ok
(...)
Let's play a game that you never tried
You be the girl and I'll be the guy
Let's pretend everything has changed
and then would you love me any different?“



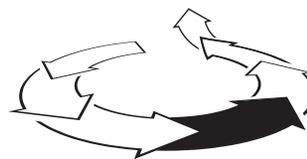
Katnis Everdeen – Die Tribute von Panem

Quelle: Screenshot YouTube; URL: www.youtube.com/watch?v=gEL4DjYe-bs, Stand: 10.09.2014

Heldinnen, die sich gegen die gesellschaftlichen Strukturen auflehnen

In populären Filmen und Jugendromanen gibt es durchaus Mädchenfiguren, die sich gegen traditionelle Rollenbilder und Machtstrukturen auflehnen und dabei Stärke zeigen. Ein Beispiel hierfür ist die erfolgreiche Science-Fiction-Trilogie Die Tribute von Panem. Die Heldin Katniss rebelliert gegen das autoritäre Gesellschaftssystem eines dekadenten Überwachungsstaates und kämpft für eine freie, bessere Gesellschaft. Sie lehnt sich gegen Unrecht konsequent auf und gibt sich selbstbewusst und kämpferisch. Entgegen der Konvention rettet sie ihren Freund – und nicht umgekehrt. Liebesbeziehungen zu Jungs spielen für sie vor allem in der Buchvorlage nur eine rudimentäre Rolle. Neben brutalen Wettbewerbsshow, die wie Casting- bzw. Votingshows inszeniert sind, werden dabei auch die geltenden weiblichen Schönheitsideale demaskiert.

- Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
 Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
 • Baustein 3 | **Mediale Frauen- und Männerbilder**



- 4 Auseinandersetzen mit alternativen Rollenbildern – Klischees brechen

4.2 Auf der Suche nach dem verlorenen Ich

Alternative männliche Rollenbilder

Transformation der Männerrolle in Werbung, TV-Serien und Musik

In der Werbung finden sich zwei moderne, nicht-dominante Männerbilder: Der **Care-Typ** wirkt zwar nicht „feminisiert“, zeichnet sich aber durch Fürsorge als Familienvater aus. Der **Neue junge Mann** ist attraktiv und selbstbewusst, aber nicht-dominant und beziehungsorientiert. Beide Typen stehen im Spannungsverhältnis zu den traditionellen und remaskulinisierten Männerbildern.

Männliche Jugendliche mit dem **Care-Typ** des Familienvaters zu konfrontieren, ist für sie Chance und Herausforderung zugleich, sich über die eigene Lebensplanung Gedanken zu machen. Da Jungen im Unterschied zu Mädchen in der Adoleszenz „noch keine klaren Vorstellungen über ihre Lebensform jenseits des elterlichen Haushalts haben, in dem alle noch leben“³⁵, ist das Thema Familiengründung und Kindererziehung für sie nicht von Belang: Es wird als „weibliche“ Angelegenheit wegdelegiert. Erst nach einer Phase des Mann-Werdens kann man an eine Phase der Familiengründung denken: „Mann muss erst ein Mann sein, bevor man Vater werden kann.“³⁶ Jungen mittels der Medien zu veranlassen, über Männlichkeit und Vaterschaft nachzudenken, wäre ein erster Schritt, um sie für ein offeneres Rollenverständnis zu interessieren.



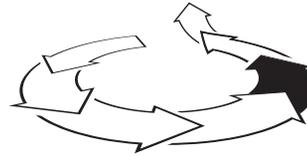
Ein Beispiel aus der Werbung: Ariel-Spot
<http://www.youtube.com/watch?v=I9JhqVBb49k>

Alternative Identifikationsangebote für männliche Jugendliche finden sich weiterhin vor allem in den populären Medien. Beispiele aus der Musikszene sind der gefühlvolle Singer-Songwriter Tim Bendzko oder neue deutsche Rapper wie Marteria, der sich in seinen Texten gegen Schwulenhass ausspricht. Alternative Beziehungskonstellationen wie homosexuelles Zusammenleben mit Kinderwunsch sind beispielsweise in der US-Sitcom The New Normal zu sehen.



Unterwäsche an normalen Typen!

Quelle: Screenshots Constantin Herrmann – gq.de;
 URL: <http://constantin-herrmann.gq.de/post/62896929090/wie-saehe-unterwaesche-eigentlich-an-normalen-typen>, Stand: 17.12.2014



5 „Was bin ich wert?“

Wertekonflikte thematisieren



Reflexionsfrage: Welche Wertekonflikte entstehen bei der Identitätsfindung in und mit den Medien?

Wertekonflikte werden bei der Selbstdarstellung und Beziehungspflege in Sozialen Netzwerken offensichtlich. Die „Wer bin ich?“-Frage ist hier mit der Frage „Wie komme ich bei den anderen an?“ verschränkt. Dabei geht es um Identitäts- und Geschlechterfragen: Wie fühle ich mich als Mädchen oder Junge, beziehungsweise als eine bestimmte Art von Mädchen oder Junge – und werde ich auch so wahrgenommen und akzeptiert? Die Werturteile der anderen können dabei mit den eigenen in Konflikt geraten. Die Folge ist oft ein Spannungsverhältnis zwischen dem Wunsch, sich anzupassen, und dem Wunsch, sich so zu zeigen, wie man sich fühlt.

Indem man abwägt, welche Werte für einen besonders wichtig sind, macht man sich bewusst, **warum** man ein bestimmtes Ideal, eine Idee oder Vorstellung wertschätzt. Ist zum Beispiel „Anpassung“ überhaupt ein Wert? Und falls ja, ist er höher einzuschätzen als individuelle Autonomie? Werte, die für eine medienethische Reflexion der Geschlechterfrage von Bedeutung sind, finden sich in der Tabelle.

Geschlechterbezogene Werte können durch normative Aussagen konkretisiert werden, zum Beispiel:

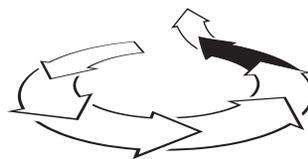
- 1 Männer und Frauen sollen gleiche Chancen auf ein gelingendes Leben haben.
- 2 Jede Person soll
 - frei sein in der Ausgestaltung der eigenen Geschlechtsidentität,
 - sich selbst als Subjekt wahrnehmen und sich nicht zum Objekt machen,
 - Lebens- und Identitätswürfe tolerieren, die nicht den eigenen entsprechen,
 - ihren eigenen Körper wertschätzen – auch wenn er nicht „ideal“ ist,
 - gleichermaßen akzeptiert werden – ob hetero, schwul, lesbisch, bi-, inter- oder transsexuell.

Da solche Aussagen immer noch relativ abstrakt sind, müssen sie in der medienethischen Praxis an den Erfahrungshorizont der Jugendlichen angepasst werden.

<p>Werte des sozialen Miteinanders Toleranz, Anerkennung, Vorurteilsfreiheit</p>	<p>Selbstentfaltungswerte Freiheit, Autonomie, Authentizität</p>
<p>Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens Gerechtigkeit/Fairness</p>	<p>Selbstkompetenzwerte Selbstreflexion, Gender-Sensitivität, Kritikfähigkeit, Courage</p>
<p>Hedonistische Werte Experimentierfreude, körperliches Wohlbefinden</p>	<p>Fundamentale Werte Gleichberechtigung/Gleichstellung/ Chancengleichheit, Gesundheit</p>

Tab. 3: Wertefelder und deren Ausprägung

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data
 Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten
 • Baustein 3 | **Mediale Frauen- und Männerbilder**



6 Ethos der Wertschätzung und Gerechtigkeit entwickeln

6 Respekt und Toleranz als Zeichen für Stärke

Ethos der Wertschätzung und Gerechtigkeit entwickeln



Reflexionsfragen: *Wer bin ich, und woran soll ich mich orientieren? Weshalb sind Geschlechtergrenzen ungerecht? Warum ist es nicht in Ordnung, Frauen oder Homosexuelle abzuwerten?*

Ziel der medienethischen Reflexion ist es, Jugendliche zu einer eigenen Haltung zu motivieren: zu einem Ethos der Wertschätzung des eigenen und anderen Geschlechts.

Bei der Frage nach der eigenen Identität geht es um das Gelingen der Selbstfindung. Notwendig hierfür sind:

- Identifikationsmodelle (Vorbilder, Idole)
- Freiheitsspielräume (Experimentieren mit Rollenauffassungen)
- Fähigkeit zur Rollendistanz (Hinterfragen von Normen und Rollen)
- Identitätsbildung in der Peergroup

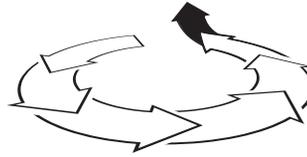
Die Medien haben auf alle vier Punkte Einfluss: Sie bieten (Geschlechter-)Vorbilder, können zum Experimentieren mit Rollen anregen, Rollenklischees aufbrechen und zum Verhandeln von Rollenauffassungen in der Peergroup dienen. Wenn die Jugendlichen über ihr Selbst- und Rollenverständnis nachdenken, indem sie sich mit Medieninhalten auseinandersetzen, bietet ihnen das die nötige Sicherheit und Distanz, um sich auf Geschlechterfragen einzulassen.

Ein weiteres Ziel ist es, Jugendliche zu befähigen, ungerechte Geschlechtergrenzen kritisch zu betrachten – und den Mut aufzubringen, sich dagegen auszusprechen. Dazu sollte Jungen und Mädchen das Thema Rollenvielfalt aus unterschiedlicher Perspektive nähergebracht werden: Während Jungen an Rollenbilder im Kontext von Familie/Kinder/Partnerschaft heranzuführen sind, sollten Mädchen von einer Fixierung auf Partnerschafts-Themen weggeführt werden.

Sexistische und diskriminierende Vorurteile können sich auf das andere Geschlecht oder auf die sexuelle Orientierung einer Person beziehen. Dass nicht Vorurteile, sondern Respekt und Toleranz ein Zeichen für Stärke sind, sollte deutlich gemacht werden. Songs und Medieninhalte, in denen die Abwertung von Frauen oder Schwulen kritisiert wird, können ein wichtiges Mittel sein, um unterschwellige oder offene Diskriminierung und Schwulenhass in Frage zu stellen.

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

7 Kommunikationstabus aufbrechen und Abwertung/Ausgrenzung verhindern

7 „Ich sage was, was Du nicht sagst“

Kommunikationstabus aufbrechen und Abwertung/Ausgrenzung verhindern



Reflexionsfragen: Wie können Jungen und Mädchen, die sich gegen rigide Geschlechternormen und Ungleichheiten wehren (möchten), gestärkt werden? Wie lassen sich jugendliche Diskurse entschärfen, in denen ein traditionelles und hypermaskulines Geschlechterverhalten propagiert wird?

Jungen, die eine Ungleichstellung und Diskriminierung von Frauen problematisieren, haben mit Kommunikationstabus in ihrer männlichen Peergroup zu kämpfen. Oft werden sie von Gleichaltrigen, die – unterschwellig oder offen – ein stereotypes Geschlechterverhalten propagieren, lächerlich gemacht oder als „schwul“ bezeichnet. Diesen Abwertungen sollte in einem Diskurs über Respekt und Anerkennung offensiv entgegengetreten werden.

Am ehesten wird Mädchen, die einen relativ hohen Status in der (männlichen) Gruppe haben, zugestanden, männliches Überlegenheitsgehebe zu hinterfragen. Mädchen, die eine Geschlechterungleichheit thematisieren bzw. Sexismus kritisieren, werden nicht selten als „Emanze“ oder „Männerhasserin“ abgewertet. Dadurch geraten sie nicht nur gegenüber Jungen, sondern auch bei Mädchen unter Rechtfertigungsdruck. Auch hier sollten Kommunikationstabus thematisiert und der Mut zur Kritik gestärkt werden.



Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

Links und weiterführende Informationen

Weiterführende Literatur

Kannengießer, Sigrid/Krainer, Larissa/Riesmeyer, Claudia/Stapf, Ingrid (Hrsg.) (2015): *Eine Frage der Ethik? Eine Ethik des Fragens. Transdisziplinäre Untersuchungen zu Medien, Ethik und Geschlecht*. Weinheim: Beltz Juventa.

Grimm, Petra/Zöllner, Oliver (Hrsg.) (2014): *Gender im medienethischen Diskurs*. Stuttgart: Steiner.

Ernstson, Sven (2013): *Praxis geschlechtersensibler und interkultureller Bildung*. Heidelberg: Springer VS.

Studien und Berichte

Geschlechterbilder in den Medien; Heike vom Orde, in: TELEVISION 26/2013/2, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Geschlechterstereotype Bilderwelten? „Mach sie dünner, mach sie kurvenreicher“
Download: http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/television/26-2013-2/vomOrde_Geschlechterbilder_Medien.pdf

20-jährige Frauen und Männer heute.

Lebensentwürfe, Rollenbilder, Einstellung zur Gleichstellung, 2007, Sinus Sociovision, Autoren: Wippermann, Carsten und Katja, Herausgeber: BMFSFJ
Download: <http://bit.ly/1yfNBM5>

Filme, Spots und andere Medien

„Vom Strampler zu den Strapsen“:

3Sat-Dokumentation über die neuen Rollenklischees von Jugendlichen
<http://bit.ly/1tCHPWZ>

Wie Männer heute sein sollen: Duplo: TV-Spot

„Feen“: <http://bit.ly/1wpkfGr>

Ariel „Date Night“: der neue „emanzipierte“ Mann, der sich für Waschmittel interessiert
<http://bit.ly/1r8gLYH>

Webseiten

www.pinkstinks.de

Kampagne gegen Produkte, Werbeinhalte und Marketingstrategien, die Mädchen eine limitierende Geschlechterrolle zuweisen.

www.meintestgelaende.de

Gemeinsames Projekt der Bundesarbeitsgemeinschaft (BAG) Jungenarbeit e.V. in Kooperation mit der BAG Mädchenpolitik e.V.

Auf der Website werden viele Themen aufgegriffen, die Jungen interessieren, aber auch zum Thema Gleichstellungspolitik gibt es Beiträge.

www.neue-wege-fuer-jungs.de

Bundesweites Netzwerk und Fachportal zur Berufswahl und Lebensplanung von Jungen
Hashtag #aufschrei: Alltagssexismus-Erlebnisse können über das Hashtag getwittert und diskutiert werden, das im Jahr 2013 mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet wurde.

<https://twitter.com/aufschreien>

Arbeit an Schulen

Unterrichtsmaterial aus der Reihe „tv.profiler“,

Herausgeber: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Scripted Reality: <http://bit.ly/1ybVOKh>

Musik-Castingshows: <http://bit.ly/1qYST81>

Unterrichtsstunde zu Germany's next Topmodel:
<http://bit.ly/1DeZO3r>

Geschlechterinszenierungen in TV-Formaten:

Mädchen als Zicken: <http://socialmediamaedchen.wordpress.com/2012/08/07/inszenierung-geschlecht-dsds-teil-3/>

Jungen als Kämpfer: <http://socialmediamaedchen.wordpress.com/2012/08/07/inszenierung-kampf-dsds-teil-1/>

Geschlechterbilder in den Medien. Materialsammlung für Eltern und Lehrer auf Englisch:

<http://mediasmarts.ca/gender-representation/men-and-masculinity/common-stereotypes-men-media>

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

Medienethische Roadmap mit Reflexionsfragen zu „Mediale Männer- und Frauenbilder“

1 Sensibilisierung für Rollenstereotype

1.2 Massenmediale Geschlechter-Stereotype (?)
Welche Rollenbilder werden in den Medien gezeigt?

1.2 Nachahmung in Sozialen Online-Netzwerken (?)
Passe ich mich an vorgegebene Rollenbilder an?

2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata

2.1 Selbstobjektifizierung (?)
Vermitteln Medien, dass meine Selbstwertschätzung von der Beurteilung meines Körpers durch andere bestimmt wird?

2.2 Ungleichwertige Rollenbilder in den Medien (?)
Werden weibliche und männliche Eigenschaften in den Medien als gleichwertig dargestellt? Oder sind sie mit jeweils anderen Bedeutungen verbunden – wie z. B. Stärke, Souveränität, Handlungsfähigkeit versus Schwäche, Fürsorge, Anpassung?

2.3 Verdinglichung (?)
Wird eine dargestellte Person bloß als Mittel behandelt?

2.4 Ungleiche Repräsentanz (?)
Sind Frauen und Männer gleichermaßen in Nachrichten und Informationssendungen vertreten? Wenn Frauen in den Nachrichten unterrepräsentiert sind, wird dann auch ihre Rolle in der Gesellschaft unterbewertet?

3 Reflexion über die Folgen ungleicher Bewertungsschemata

Wie wirken sich eindimensionale Rollenbilder in den Medien auf die Bildung der eigenen Identität und die Lebensziele aus? (?)

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

7 Kommunikationstabus aufbrechen und Abwertung/Ausgrenzung verhindern

Ⓚ Wie können Jungen und Mädchen, die sich gegen rigide Geschlechternormen und Ungleichheiten wehren (möchten), gestärkt werden?
Wie lassen sich jugendliche Diskurse entschärfen, in denen ein traditionelles und hypermaskulines Geschlechterverhalten propagiert wird?

6 Ein Ethos der Wertschätzung und Gerechtigkeit entwickeln

Ⓚ Wer bin ich, und woran soll ich mich orientieren? Weshalb sind Geschlechtergrenzen ungerecht? Warum ist es nicht in Ordnung, Frauen oder Homosexuelle abzuwerten?

5 Wertekonflikte thematisieren

Ⓚ Welche Wertekonflikte entstehen bei der Identitätsfindung in und mit den Medien?

4 Auseinandersetzung mit alternativen Rollenbildern – Klischees brechen

Ⓚ Welche alternativen Geschlechterrollenbilder gibt es?
Wo finden sich flexible Vorstellungen von Geschlechtermodellen?

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

Methodisch-didaktische Hinweise – Übersicht über die Projekte

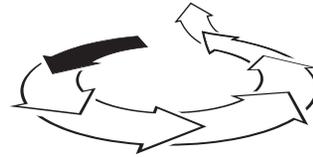
▶▶● Mittlerer Schwierigkeitsgrad (ab 14 Jahren)

Pro- jekt	Titel	Kompetenzen	Methoden	Material	Zeit	Zugang Internet/PC
1	Typisch Mann, typisch Frau	Die SuS* hinterfragen Vorurteile, Klischees und stereotype Geschlechterdarstellungen in den Medien. Sie können Folgen stereotyper Darstellungsweisen formulieren.	Blitzlicht, Sammlung, TV-Analyse	Videos und Werbespots. Zusatz-Projekt: Alternative Rollen(vor)bilder	45 min	Ja/Nein, wenn Videos und Werbespots offline verfügbar sind
2	„Show yourself!“	Die SuS können Folgen aufreizender Selbstdarstellung in Sozialen Medien erkennen.	Fallbeispiele	Einstieg Screenshots, Fallbeispiele ausdrucken	45 min	Nein
3	„Hübsches Ding!“	Die SuS lernen Aspekte von Verdinglichung nach Martha Nussbaum kennen. Sie können die Verdinglichung in einem Musikvideo erkennen.	Videoanalyse, Diskussion	Musikvideo „Blurred Lines“ sowie Parodie „Definded Lines“ verfügbar machen und vorher anschauen	45 min	Ja
4	Wie soll ich mich entscheiden?	Die SuS lernen, sich mit schwierigen Situationen auseinanderzusetzen und auf Grundlage ihrer Wertvorstellungen Entscheidungen zu treffen.	Werte- diskussion	Kärtchen, Dilemma-Beispiele ausschneiden	45 min	Nein
5	„Wann ist ein Mann ein Mann?“	Die SuS erkennen, wie vielfältig Mann- und Frausein heute sein kann. Sie entwickeln Verständnis für die Geschlechtsidentität von anderen.	Skala	Skala vorbereiten, Blätter mit Symbolen männl./weibl./androgyn, Ausdrücke Portraits. Zusatz-Projekt: „Selbstexperiment Geschlechterrollen“	45 min	Nein (evtl. Video „Whatever“ bereitstellen)

* Die Abkürzung SuS steht für Schüler und Schülerinnen.

Auf  www.klicksafe.de/medienethik finden Sie Zusatz-Projekte zu diesem Baustein.

Methodisch-didaktische Hinweise



1 Sensibilisierung für Rollenstereotype

Beschreibung zu Projekt 1: Typisch Mann, typisch Frau

Kompetenzen

Die SuS hinterfragen Vorurteile, Klischees und stereotype Geschlechterdarstellungen in den Medien. Sie können Folgen stereotyper Darstellungsweisen formulieren.

Zeit

45 Minuten

Methoden

Blitzlicht, Sammlung, TV-Analyse

Material

Videos und Werbespots

Zugang Internet/PC

Ja/Nein, wenn Videos und Werbespots offline verfügbar sind

Einstieg

Zeigen Sie das Video „Typisch Mann und Frau“ <http://bit.ly/1uvWwnD> und sammeln Sie die gezeigten angeblich „typisch weiblichen“ und „typisch männlichen“ Eigenschaften. Die SuS sollen in einem Blitzlicht weitere nennen. Diese können in 2 Spalten z. B. an der Tafel visualisiert werden.

Variation: Zeigen Sie statt des Videos einen Ausschnitt aus einer aktuellen, bei den SuS beliebten Reality-Soap (Mediatheken der Privatsender nutzen).

Das Arbeitsblatt zu Projekt 1 wird ausgeteilt. Die Definition von „Stereotype“ auf dem Arbeitsblatt wird besprochen. Die Definition vermittelt, dass Stereotypisierung als problematisch zu bewerten ist, da Stereotype einen generalisierenden, vorurteilsbehafteten Charakter haben und sehr veränderungsresistent sind. Sie beeinflussen Mädchen und Jungen in ihrem Aussehen, ihrer Entwicklung sowie ihrer Berufs- und Partnerwahl. Die vorher gesammelten Eigenschaften werden auf Klischees oder Vorurteile hin überprüft und mit Begründung gekennzeichnet.

Erarbeitung

Aufgabe 1: Die Folgen von geschlechterstereotypen Darstellungen in den Medien sollen anhand der Forschungsergebnisse einer Studie erarbeitet werden.



Tipp: Die Studie: „Geschlechterbilder in den Medien“ von Heike vom Orde (2013) <http://bit.ly/1AyutVc>

Aufgabe 2: Die SuS suchen sich drei Forschungs-Ergebnisse aus und formulieren jeweils mögliche Folgen für ihr Rollenverständnis als Jungen und Mädchen. Die *Ergebnisse* können an der Tafel stichwortartig gesammelt werden. Mögliche *Folgen* auf das Rollenverständnis: **a)** Mädchen und Frauen sind weniger aktiv, wichtig, kompetent, intelligent. **b)** Jungs oder Männer sind stärker, sollen führen, sind kompetentere Führungskräfte. Frauen wollen es nicht, schaffen es nicht, oder taugen nicht zum Führen (Diskussion um Frauenquote). **c)** Frauen sollen schlank sein. **d)** Männer sollen beruflich erfolgreich sein. Der Druck auf Männer, die nicht „führen“ wollen, steigt. Klassische Rollenverteilung, Frauen sind weniger kompetent. **e)** Ältere Frauen kommen kaum vor. Junge, attraktive Frauen werden bevorzugt. **f)** Realistische Körpereinschätzung geht schon früh verloren, Sexualisierung bereits sehr junger Mädchen. **g)** Homosexualität kommt nicht vor, Heterosexualität ist die Norm, keine Identifikationsmöglichkeiten für homosexuelle Spieler. **h)** Erwartungen an Männerkörper steigen, Sportwahn („Spornosexuell“) und Body-Modification, Hypermaskulinisierung.



Tipp: Zur Vertiefung einzelner Aspekte können Sie hier mit Werbespots arbeiten: zu d): Der Werbespot von Pantene „Be strong and shine“ zeigt die Ungleichwertigkeit in der Beurteilung von „weiblichen“ und „männlichen“ Eigenschaften: <http://bit.ly/1y3W0AJ> zu h): Wie echte Männer als Unterwäschemodels aussehen würden: <http://bit.ly/1sjZ2z>

Sicherung

Auswertungsfragen: Welche dieser Folgen schätzt ihr als besonders problematisch ein? Welche schätzt ihr als weniger problematisch ein? Kennt ihr Beispiele aus den Medien? Warum funktionieren Stereotype so gut? Die Nachahmung geschlechterstereotyper Vorgaben hat vor allem mit dem Wunsch nach Zugehörigkeit bzw. der Angst vor Ausgrenzung zu tun. Diesen Aspekt können Sie auch mit den SuS besprechen.



3. Zusatzaufgabe/Hausaufgabe: Die Lieblingsserien der Jugendlichen sollen auf stereotype Darstellungen hin untersucht werden. Die SuS können sich an der „Typisch männlich/weiblich Sammlung“ aus dem Einstieg orientieren. Das Gegenteil von Stereotypen sind alternative Rollen(vor)bilder jenseits von Normierung und Mainstream. Um den Blick für alternative Rollenentwürfe zu öffnen, sollen die Jugendlichen hier auch Personen nennen, die sich nicht stereotyp verhalten.

Sie können in einer Folgestunde das Zusatz-Arbeitsblatt „Alternative Rollenbilder“ anschließen, das zum Download auf www.klicksafe.de/medienethik zur Verfügung steht.

3

Typisch Mann, typisch Frau

Comedians wie Mario Barth arbeiten erfolgreich mit Stereotypen, und auch Reality-Soaps, Werbung und Spiele sind voll davon. Geschlechterstereotype Darstellungen, also die klischeehafte Darstellung von Frauen und Männern, sind überall in unserer Umwelt und in den Medien zu finden. Forscher haben dazu Folgendes herausgefunden:



Stereotype sind behauptete Eigenschaften, die angeblich **typisch** für eine Personengruppe sind. Manchmal spricht man auch von **Klischee** oder **Vorurteil**.

Arbeitsaufträge:

1. Lies dir die Ergebnisse durch.

- a) Mädchen und Frauen werden in den Medien seltener als Männer gezeigt (weniger Moderatorinnen, Filmheldinnen, Hauptfiguren, Wissenschaftlerinnen ...).
- b) Anführer sind meist Jungs oder Männer.
- c) Sehr schlanke Frauen bestimmen das Bild.
- d) Männer haben im Beruf die wichtigeren Positionen und sind kompetent.
- e) Die vorkommenden Frauen sind im Durchschnitt jünger als die gezeigten Männer.
- f) Die Körper von animierten Mädchenfiguren im Kinderfernsehen sind oft sehr kurvig und unrealistisch proportioniert.
- g) Die Figuren in Computerspielen sind ausschließlich heterosexuell.
- h) Männer werden in der Werbung mit trainiertem und muskulösem Körper gezeigt.



2. Wie könnten sich diese Darstellungen auf unser Frauenbild oder Männerbild auswirken?

Findet für drei der genannten Aspekte eine mögliche Auswirkung auf unser Rollenverständnis.

.....

.....

.....



3. Zusatzaufgabe/Hausaufgabe:

Welche Geschlechterstereotype gibt es in deiner Lieblingsserie? Schau mal genau hin. Gibt es eine Person, die viele weibliche oder männliche Stereotype zeigt?

Serie:
Figur/Rolle:
Beispiele für Verhalten/Aussehen:

Gibt es auch eine Person, die „ganz anders“ ist?

.....

Methodisch-didaktische Hinweise



2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata – Selbstobjektifizierung

Beschreibung zu Projekt 2: „Show yourself!“

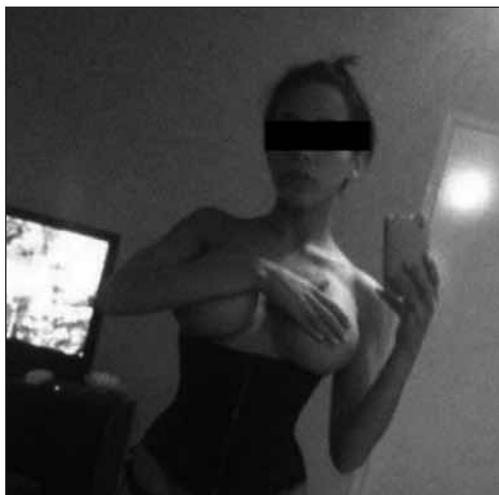
Kompetenzen	Die SuS können Folgen aufreizender Selbstdarstellung in Sozialen Medien erkennen.
Zeit	45 Minuten
Methoden	Fallbeispiele
Material	Einstieg Screenshots, Fallbeispiele ausdrucken
Zugang Internet/PC	Nein
Einstieg	<p>Zeigen Sie die Bilder 1–3. Bild 1 steht für mediale Aufmerksamkeit („Show yourself“), Bild 2 steht für politische Aufmerksamkeit („Sextremismus“) und Bild 3 für digitale Aufmerksamkeit („Likes“).</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">  </div> <div style="width: 65%;"> <p>Bild 1: Show yourself Klum-Werbung für Germany's Next Topmodel 2014 Quelle: klicksafe</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">  </div> <div style="width: 65%;"> <p>Bild 2: Femen By Joseph Paris (Own work) [FAL], via Wikimedia Commons Quelle: Wikipedia, Stand: 5.3.2014</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">  </div> <div style="width: 65%;"> <p>Bild 3: Sexy Selfie Gruppe Facebookschlampen Quelle: www.facebook.com, Stand: 13.11.2013</p> </div> </div> <p>Die Bilder stehen zum Download auf www.klicksafe.de/medienethik zur Verfügung.</p> <p>Fragen Sie die SuS nach ihrer Einschätzung zu den drei Darstellungen, z. B.: Wie wirken diese Darstellungen auf euch? Was wollen die Darsteller erreichen? Wie schätzt ihr die Folgen für die Abgebildeten ein? Wie könnten Bild 1 und 3 zusammen hängen? Alternative: Zeigen Sie den Spot: „Ein Selfie wird zum Alptraum“ http://bit.ly/1uvXdNu und fragen Sie die SuS nach weiteren Beispielen für aufreizende Selbstdarstellung mit Folgen. Dabei sollen keine Personen namentlich genannt werden.</p>
Erarbeitung	<p>Teilen Sie die Vorlage mit den Fallbeispielen und das Arbeitsblatt zu Projekt 2 an alle SuS aus. Die SuS teilen sich in mindestens 3 Gruppen und bearbeiten jeweils ein Fallbeispiel mithilfe des Arbeitsblattes. Das Fragezeichen in der Blattmitte ist ein Platzhalter für das jeweilige Fallbeispiel. Es kann auch ein eigenes Beispiel besprochen werden.</p>
Sicherung	<p>Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse. Die Gruppen können sich gegenseitig ergänzen. Das Blatt mit Lösungsvorschlägen kann ausgeteilt werden. Folgende Themen sollten bei der Auswertung angesprochen werden: Victim blaming Jugendliche sprechen Opfern, die sich freizügig zeigen, häufig eine Mitschuld zu („Victim blaming“, dt. Opferbeschuldigung, oder auch „Täter-Opfer-Umkehr“). Das Gespräch über die Verantwortung der Beteiligten und die Folgen von Schuldzuweisungen ist wichtig, denn durch Zuweisung von Mitschuld wird häufig verhindert, dass Mitwisser Partei für das Opfer ergreifen. Durch die Fokussierung auf das Opfer wird die Verantwortung des Täters aus dem Blick verloren. Nicht zuletzt verhindert die Sorge des Opfers um ein vermeintlich eigenes Fehlverhalten sowie die Scham über die Onlineaktivitäten zu berichten, dass sich ein Opfer Hilfe sucht. Eine Frage des Vertrauens? Das Versenden vieler Bilder erfolgt im Vertrauen, welches missbraucht wird. Besprechen Sie hier: Was bedeutet es, jemandem zu vertrauen? Wodurch kann Vertrauen missbraucht werden? Wann ist besser Vorsicht geboten? Erotische Selfies von Jungen Diskutieren Sie auch über erotische Selfies von Jungen: Wie unterscheiden sie sich von denen der Mädchen? Haben Jungen die gleichen Konsequenzen zu erwarten wie Mädchen (Gibt es eine männliche Entsprechung zum „Schlampenimage“)?</p>
	<p>Zusatzaufgabe/Hausaufgabe: Die SuS formulieren mind. fünf Tipps, die sie jüngeren Mitschülern in Bezug auf erotische Selbstdarstellung geben würden. Es kann auch ein kurzer Informationsflyer entstehen.</p>



Fallbeispiele

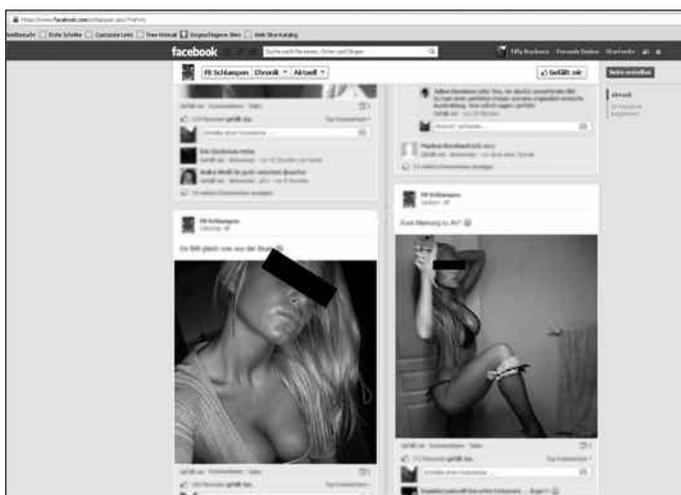
Fallbeispiel 1: Lisa hat ein aufreizendes Bild von sich auf der Facebook-Seite „Hot or Not“ gepostet.

Quelle: Screenshot facebook; URL: <https://www.facebook.com, Seite FB Schlampen, Stand: 13.8.2013>



Fallbeispiel 2: Doreen hat über Snapchat ihren besten Freundinnen ein Unterwäschebild von sich geschickt. Obwohl sich das Bild eigentlich von alleine löschen sollte, ist es in fremde Hände geraten und in einem Netzwerk gepostet worden. Nun wird sie durch Kommentare öffentlich gedemütigt.

Quelle: Screenshot facebook; URL: <https://www.facebook.com, Seite FB Schlampen, Stand: 13.8.2013>



Fallbeispiel 3: Ein Nacktbild von Luca macht über die WhatsApp-Klassengruppe in seiner Klasse die Runde. Seine Freundin hatte ihn dazu aufgefordert mit den Worten: Wenn du mich wirklich liebst, dann schick mir so ein Bild von dir!

Quelle: Screenshot facebook; URL: <https://www.facebook.com, Stand: 13.8.2013>



„Show yourself!“



Motivation:

Warum soll das Bild versendet oder gepostet werden?

Mache ich mich strafbar?
Infos bei www.klicksafe.de
oder www.juuuport.de



Gesetz:



Alternativen:

Was könnte man stattdessen machen?



Erste Hilfe:

Wenn es schon passiert ist, was kann man jetzt tun?



Welche Folgen kann das für einen Menschen haben?



Folgen:

Vorschläge zum Arbeitsblatt Projekt 2

**Motivation:**

- Viele Likes bekommen
- Nette Kommentare bekommen
- Fame (berühmt sein)
- Dazu gehören
- Der Welt zeigen, wie man ist
- Langeweile
- Dem Schatz etwas Schönes schenken

Warum soll das Bild versendet oder gepostet werden?

Mache ich mich strafbar?

**Gesetz:****Das darfst du nicht posten oder weiterleiten:**

- Bilder, auf denen andere ohne deren Zustimmung zu sehen sind
- Bilder, die andere ohne deren Zustimmung gemacht haben
- Bilder, die pornografisch sind (z. B. Geschlechtsteile zeigen oder deutliche Anmachposen) anderen Minderjährigen weitergeben
- Bilder, die im „höchstpersönlichen Lebensbereich“ (Toilette, Umkleide) aufgenommen wurden

**Alternativen:**

- Andere Formen des Ausdrucks wählen (nicht aufreizend, sondern ausdrucksstark)
- Wenn man es dennoch tun möchte: „Safer Sexting“
- Fotos so gestalten, dass man nicht zu erkennen ist
- Möglichst wenige Verbindungen zu dir: kein Sexting über Accounts, deren Kennung die eigene Handynummer ist, Dienste verwenden, bei denen auf Screenshots der eigene Nickname nicht zu sehen ist

Was könnte man stattdessen machen?

**Erste Hilfe:**

- Wenn jemand anderes das Bild gepostet hat: die Person direkt bitten, das Bild sofort zu löschen
- Löschen mit den technischen Mitteln des Dienstes
 - Den Betreiber bitten, zu löschen
 - Hilfe suchen (Freunde, Eltern, Nummer gegen Kummer, ...)
 - Polizei

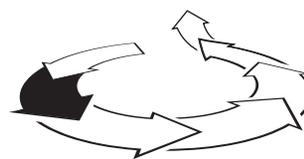
Wenn es schon passiert ist, was kann man jetzt tun?

Welche Folgen kann das für einen Menschen haben?

**Folgen:**

- Große Öffentlichkeit: Rufschädigung („Schlampenimage“); vgl. „Revenge Porn“
- Unerwünschte Rückmeldung bis hin zu Shitstorm, Hasskommentaren
- Sexuelle Übergriffe im Netz (Cyber-Grooming, Cyber-Stalking) oder reale Übergriffe
- Erpressung
- Weiterverwendung in einem anderen Kontext (z. B. Fremdverwendung auf pornografischen Webseiten etc.)

Methodisch-didaktische Hinweise



2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata: Verdinglichung

Beschreibung zu Projekt 3: „Hübsches Ding!“

Kompetenzen	Die SuS lernen Aspekte von Verdinglichung nach Martha Nussbaum kennen. Sie können die Verdinglichung in einem Musikvideo erkennen.
Zeit	45 Minuten
Methoden	Videoanalyse, Diskussion
Material	Musikvideo „Blurred Lines“ sowie Parodie „Definded Lines“ verfügbar machen und vorher anschauen
Zugang Internet/PC	Ja
Einstieg	„Was ist der Unterschied zwischen einem Ding und einem Menschen?“ Zur Veranschaulichung kann ein/e SchülerIn einem Gegenstand (z. B. Stuhl) gegenübergestellt werden. Nennungen können an der Tafel gesammelt werden: Ding: benutzen, wegwerfen, austauschen, gefühllos, fremdbestimmt. Mensch: Gefühle, individuell, selbstbestimmt, einzigartig, hat einen Willen usw.
Erarbeitung	<p>Aufgabe 1: Die SuS lesen die Definition von „Verdinglichung“ der amerikanischen Philosophin Martha Nussbaum auf dem Arbeitsblatt. Klären Sie ggf. begriffliche Unklarheiten.</p> <p>Aufgabe 2: Zeigen Sie nacheinander die Videos „Blurred Lines“ von Robin Thicke sowie die Parodie zum Video.</p> <p>Video 1: Robin Thicke „Blurred Lines“ http://bit.ly/1pP9NC4 Robin Thicke wurde von der Organisation End Violence Against Woman zum sexistischsten Künstler des Jahres 2013 gewählt. Für Jugendliche ab 16 Jahren kann auch die Nude-Version verwendet werden.</p> <p>Video 2: Videoparodie „Defined Lines“ http://bit.ly/196JSmd</p>

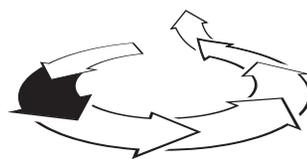
Weitere Videos: Beispiele finden Sie in Kapitel 2.3 der Sachinformationen

Die Klasse wird in zwei Gruppen an PC-Plätzen verteilt, jeweils ein Video wird von den Jungen und das andere von den Mädchen analysiert. Die Jungen analysieren die Parodie, die Mädchen das Original, oder jeweils umgekehrt. Die SuS untersuchen die Videos nach Formen der Verdinglichung/Herabwürdigung. Sie ordnen die Beispiele den Aspekten von Nussbaum auf dem Arbeitsblatt zu Projekt 3 zu. **Mögliche Ergebnisse:**

Merkmale von Verdinglichung nach Nussbaum	Beispiele aus dem Video Blurred Lines	Beispiele aus dem Video Defined Lines (Parodie)
<i>sie zu einem Zweck zu instrumentalisieren</i>	Frauen werden u. a. als Abstellfläche für ein Spielzeugauto benutzt	Männer müssen Frauen massieren, Fitnessübungen machen
<i>ihre Autonomie und Selbstbestimmung zu leugnen</i>	Frauen sind fast nackt, werden herumgezerrt, tänzeln vor den Männern, preisen sich an, müssen auf einem Fahrrad fahren	Männer müssen an der Leine gehen, ihnen wird Geld vor die Füße geworfen
<i>sie als handlungsunfähig zu behandeln</i>	Frauen sind nur „Beiwerk“. Über allem liegt der Blick des männlichen Betrachters „male gaze“	Männer werden gefesselt, umwickelt, an der Leine herbeigezogen
<i>sie als austauschbar anzusehen</i>	der Blick der Männer wandert von einer Frau zur anderen	ebenso
<i>ihre Grenzen nicht zu respektieren</i>	Ein Stoppschild steht auf dem Po einer Frau, eine Frau wird an den Haaren gezogen, einer die Haare gekämmt, mit einer Spritze wird eine sexuelle Handlung angedeutet, ihnen wird Zigarettenrauch ins Gesicht geblasen	Mann wird mit Sahne besprüht, ihm wird ein Sextoy in den Mund gesteckt
<i>ihre Subjektivität (ihr Erleben und Fühlen) zu ignorieren</i>	Siehe Ergebnis zuvor	Siehe Ergebnis zuvor



Methodisch-didaktische Hinweise



2 Analysieren von geschlechterbezogenen Bewertungsschemata: Verdinglichung

Sicherung

Die Ergebnisse der Gruppen werden im Plenum vorgestellt. Auswertungsfragen: Was ist gleich, wie unterscheidet sich die Verdinglichung/Herabwürdigung bei Frauen und bei Männern? **Wichtig:** Den SuS sollte noch einmal verdeutlicht werden, dass Verdinglichung die Herabwürdigung einer Person bedeutet! Vielleicht kennen die SuS auch noch andere Musikvideos, in denen Frauen oder Männer nach den Merkmalen, die Nussbaum aufgestellt hat, herabgewürdigt werden. Wie könnte hier eine Parodie ähnlich der Parodie „Defined Lines“ aussehen?



Zusatzaufgabe/Hausaufgabe:

Die SuS suchen nach Musikvideos, in denen sich Frauen und Männer gegenseitig respektvoll behandeln.

Variation für ältere Schüler: Die SuS diskutieren anschließend anhand der Kopiervorlage des Liedtextes von Lady Gaga („Do what you want with my body“)  <http://bit.ly/1fm5BXH>: Ist es auch eine Herabwürdigung einer Person oder im Gegenteil, ein Zeichen für Selbstbestimmung, wenn diese selbst zur Benutzung des eigenen Körpers auffordert? Sprechen Sie über die problematische Botschaft der Sängerin und mögliche Folgen wie Alltagssexismus, Normalisierungstendenzen sexueller Gewalt bis hin zu einer Rape-Culture.



INFO: Sexuelle Gewalt und Normalisierungstendenzen

- Aufsatz engl.: Normalizing Sexual Violence (Heather R. Hlavka) 2014;  <http://bit.ly/1iVioAj>
- Bericht der Agentur der Europäischen Union für Grundrechte (FRA) aus dem Jahr 2014:  <http://fra.europa.eu/de/press-release/2014/gewalt-gegen-frauen-sie-passiert-taglich-und-allen-kontexten>
- Ein BR-Hörbeitrag: „Stell dich nicht so an. Indizien für eine Rape-Culture“  <http://bit.ly/1DfyvaK>



Zum Nachdenken: Lady Gaga singt in ihrem Lied „Do what you want with my body“:

„Du kannst mein Herz nicht bekommen und du wirst meinem Verstand nicht verwenden, aber mach was du willst (mit meinem Körper) ... Du kannst meine Stimme nicht stoppen, denn mein Leben gehört nicht dir, aber ... mach was du willst (mit meinem Körper) ...“

Diskutiere zunächst mit deinem Sitznachbarn, dann in der Klasse folgende Frage: **Verdinglichung oder nicht?**

Bildquelle: Lady Gaga by Yne Van De Mergel ([1]) [CC-BY-2.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/2.0>)], via Wikimedia Commons, 24.6.2014

„Hübsches Ding!“

1. Die Herabwürdigung eines Menschen zum bloßen Objekt wird in der Philosophie auch als **Verdinglichung** bezeichnet.

Die amerikanische Philosophin **Martha Nussbaum** definiert:



Martha Nussbaum



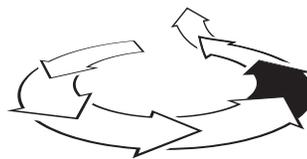
Verdinglichung einer Person:

- sie zu einem Zweck zu instrumentalisieren
- ihre Autonomie und Selbstbestimmung zu leugnen
- sie als handlungsunfähig zu behandeln
- sie als austauschbar anzusehen
- ihre Grenzen nicht zu respektieren
- ihre Subjektivität (ihr Erleben und Fühlen) zu ignorieren

2. **Videoanalyse:** Wo wird in dem Video Verdinglichung, also Herabwürdigung gezeigt?

Ordne den Punkten von Nussbaum Beispiele/Szenen aus den Videos zu.

Merkmale von Verdinglichung nach Nussbaum	Beispiele aus dem Video



5 Wertekonflikte
thematizieren

Beschreibung zu Projekt 4: Wie soll ich mich entscheiden?

Kompetenzen	Die SuS lernen, sich mit schwierigen Situationen auseinanderzusetzen und auf Grundlage ihrer Wertvorstellungen Entscheidungen zu treffen.
Zeit	45 Minuten
Methoden	Wertediskussion
Material	Kärtchen, Dilemma-Beispiele ausschneiden
Zugang Internet/PC	Nein
Einstieg	<p>In einem <i>Sitzkreis</i> schreiben die SuS auf 3 Kärtchen die 3 für sie wichtigsten Werte (z. B. Familie, Frieden, Gesundheit, Ehrlichkeit etc.). <i>Sammlung</i> an der Tafel (Strichliste) oder mit dem Programm © www.wordle.net. <i>Auswertung</i>: Welche 3 Werte sind für die Klasse am wichtigsten? Was sagt das über die Klasse aus?</p> <p> Hinweis: Je nach Wissensstand der SuS klären Sie vor der Übung, was ein „Wert“ ist und wozu Werte da sind. Werte können als häufig unbewusste Orientierungsstandards und Leitvorstellungen bezeichnet werden. Sie können auch die Übersicht „Wertefelder“ aus der Einleitung verwenden.</p>
Erarbeitung	<p>Wie würden sich Ihre SuS entscheiden? Die Dilemma-Beispiele dienen dazu, den SuS Denkansätze zu geben, über Fragestellungen nachzudenken, bei denen es kein einfaches und auch kein eindeutiges Ja oder Nein als Antwort gibt. Sie können eine eigene Stunde mit ausgewählten Entscheidungs-Situationen durchführen oder sie am Ende einiger Arbeitsblätter als wiederkehrende Methode einsetzen.</p> <p> Methode „Entscheidungsfindung“:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ein Beispiel wird ausgeteilt oder vorgelesen. 2. Probeabstimmung: Was soll die Person tun? Die SuS stimmen per Handzeichen ab. 3. Begründungen finden für die Entscheidung im Plenum. Die Argumente werden stichwortartig auf der Tafel festgehalten. 4. Analyse der Argumente im Bezug auf Werte (siehe Wertesammlung): Welche Werte stecken hinter den Argumenten? Welche Werte werden hier außer Acht gelassen? Welche Werte kollidieren miteinander? Welche Werte beeinflussen unsere Entscheidungen? 5. Schlussdiskussion: Die Ausgangsfrage wird nochmals zur Abstimmung gestellt. Es wird sichtbar, ob und wie sich Meinungen verändert haben und welche Begründungen überzeugend sind. Wichtig ist auch zu thematisieren, welche Konsequenzen oder Konflikte die jeweilige Entscheidung mit sich bringt. <p>Am Ende der Übung kann auch diskutiert werden, ob man aus der Dilemma-Situation herauskommen könnte.</p> <p>Quelle: Methode modifiziert nach Gugel, Günther; Didaktisches Handbuch, Werte vermitteln – Werte leben; Berghof Foundation</p>
Sicherung	<p>Auswertung: Welche Entscheidungen waren für die SuS am schwierigsten? Warum?</p> <p> Zusatzaufgabe/Hausaufgabe: Die SuS können eigene Entscheidungs-Situationen entwerfen und diese der Klasse vorstellen.</p> <p>So entwirft man ein Werte-Dilemma: Liegt eine Zwangslage/Zwickmühle vor? Lassen sich keine leichten Auswege aus der Zwangslage/Zwickmühle finden? Ist die Geschichte kurz und verständlich dargestellt (max. eine halbe Seite)? Wird Neugier, Empathie und Spannung ausgelöst? Haben die beteiligten Personen Namen?</p> <p>Quelle: Günther Gugel; Didaktisches Handbuch, Werte vermitteln – Werte leben, S.83</p> <p> TIPP: Kartenspiel zum Entscheidungslernen © http://www.bpb.de/shop/lernen/spiele/34263/jetzt-mal-ehrlich</p>

Wie soll ich mich entscheiden?



Konflikt: Er oder sie?



Seit drei Jahren arbeiten Mark und Elena in der gleichen Abteilung eines großen Unternehmens. Seit zwei Jahren sind sie ein Paar. Bisher haben sie die Organisation von Arbeit- und Privatleben gut gemeistert. Beide sind ehrgeizige Angestellte, die gleichermaßen eine wichtige Position innerhalb des Unternehmens einnehmen. Als ein höhergestellter Posten mit einem attraktiven festen Gehalt zu vergeben ist, steht das Paar vor einem Konflikt.



Wer soll sich bewerben, Mark oder Elena?



Konflikt: Frauenrollen



Maria hat ein Vorstellungsgespräch für die Ausbildung in einer Bank. Sie steht vor ihrem Kleiderschrank und ist sich unsicher, was sie anziehen soll. In einem Frauenblog hat sie gelesen, dass man sich nicht zu sexy kleiden soll, eher business-like, sonst würden einen die Personalchefs nicht ernst nehmen. In einem Lifestylmagazin hat sie aber gesehen, dass es Vorteile hat, wenn man sexy aussieht.



Soll sie sich nun sexy kleiden?



Konflikt: Männerrollen



Tom ist frisch verliebt. Immer wenn er Kathi in der Schule sieht, will er ihr von seinen Gefühlen für sie erzählen, aber er weiß nicht, wie er es anstellen soll. Er weiß, dass Kathi eher auf sportliche Jungs steht, die ihren durchtrainierten Körper gerne zeigen. Tom gehört aber eher zu denen, die die anderen als Weicheier bezeichnen. Er liest lieber als zu zocken oder macht Spaziergänge im Wald, statt sich auf Muskeltraining zu konzentrieren.



Soll er sich wie die anderen Jungs verhalten, um Kathi zu beeindrucken?

Wie soll ich mich entscheiden?



Konflikt: Sexy Selfie



Joyce ist 13 und ein großer Rihanna-Fan, sie verfolgt das Instagram-Profil von Rihanna regelmäßig. Seit einiger Zeit hat sie ein Facebook-Profil, in das sie viel Zeit investiert. Ihr älterer Bruder Marc entdeckt auf ihrem Profil ein Bild, das sie von ihrem Hintern in hautengen Jeans aufgenommen hat. Als er sie darauf anspricht, entgegnet sie nur, dass das ja alle so machen, dass „Belfies“, also Bilder vom eigenen Po heute doch ganz normal sind.



Soll Marc es seinen Eltern erzählen?



Konflikt: Erotisches Crowdfunding



Auf der erotischen Crowdfunding-Webseite „WalletGirls“ zeigen junge Frauen ihren Körper gegen eine Geldspende. Sie schicken den „Käufern“ Bilder oder Videos ihres nackten Körpers zu und wollen sich mit dem verdienten Geld beispielsweise neue Klamotten, Tattoos oder ein Haustier kaufen. Tine findet das total in Ordnung, immerhin wird niemand dazu gezwungen und die Mädchen sind alle volljährig. Außerdem braucht sie dringend Geld, weil sie von Zuhause ausziehen will und zunehmend Stress mit ihren Eltern hat. Tine überlegt sich, dort selbst ein Profil zu machen. Sie erzählt dies ihrer besten Freundin Ada und fragt sie um Rat.



Was soll Ada ihr raten?



Konflikt: Beste Freunde



Simon, Marian und Avid kennen sich schon seit der Grundschule. Sie sind die besten Freunde und verbringen einen Großteil ihrer Freizeit zusammen. Nun outet sich Marian als schwul. Avid hat, im Gegensatz zu Simon, ein großes Problem damit und findet es auch peinlich, wie Marian sich seit kurzem kleidet. Er möchte schließlich nichts mehr mit Marian zu tun haben. Auch zu Simon sagt er, wenn er weiterhin mit Marian befreundet ist, ist auch deren Freundschaft vorbei.



Was soll Simon tun?

Methodisch-didaktische Hinweise



6 Ethos der Wertschätzung und Gerechtigkeit entwickeln

Beschreibung zu Projekt 5: „Wann ist ein Mann ein Mann?“

Kompetenzen	Die SuS erkennen, wie vielfältig Mann- und Frausein heute sein kann. Sie entwickeln Verständnis für die Geschlechtsidentität von anderen.
Zeit	45 Minuten
Methoden	Skala
Material	Skala vorbereiten, Blätter mit Symbolen männl./weibl./androgyn, Ausdrucke Portraits. Zusatz-Projekt „Selbstexperiment Geschlechterrollen“
Zugang Internet/PC	Nein (evtl. Video „Whatever“ bereit stellen)
Einstieg	<p>Eine Bildauswahl von TV-Prominenten, YouTube-Stars, Personen aus der Öffentlichkeit, Sportlern wird auf dem Boden verteilt. Jeder SuS wählt ein Bild. Die Bilder finden Sie zum Download auf www.klicksafe.de/medienethik</p> <p> Methode: Skala „von weiblich bis männlich“. Die Sitzordnung muss so verändert werden, dass eine breite stuhlfreie Diagonale im Raum entsteht. Die pädagogische Fachkraft verteilt DIN-A4-Blätter mit den Aufschriften „männlich“ und „weiblich“ oder entsprechenden Symbolen an den Enden dieser Achse. </p>
Erarbeitung	<p>Die SuS ordnen ihr gewähltes Bild auf der Skala zwischen den Polen männl./weibl. ein und begründen, warum die Person an der Stelle eingeordnet wurde. Gibt es auch andere Meinungen? Die Portraits können von den Mitschülern auch verschoben werden.</p> <p><i>Auswertungsfragen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Was fällt auf? Gibt es z. B. Ballungen an den Polrändern? ▪ Habt ihr die Einordnung nach Aussehen oder vermuteten Eigenschaften gemacht? ▪ Ist es problematisch, wenn Frauen in die männliche Richtung positioniert werden und Männer in die weibliche? <p>Zeigen Sie als Beispiel für offene Geschlechtskonstruktionen Bilder der beiden Unisexmodels Casey Legler oder Andrej Pejic (über die Bildersuche der Suchmaschinen zu finden) oder alternativ ein Bild der transsexuellen Grand-Prix-Gewinnerin Conchita Wurst. Das Bild soll ebenfalls an die bereits vorbereitete Skala angelegt werden. <i>Quelle Conchita Wurst: By Ailura (Own work) [CC-BY-SA-3.0-at (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/at/deed.en) via Wikimedia Commons</i></p> <p><i>Wichtig:</i> Diskriminierung und Vorurteile in der Klasse nicht zulassen! Deutlich machen, dass nicht Vorurteile, sondern Respekt und Toleranz ein Zeichen für Stärke ist.</p> <p> TIPP: Selbstpositionierung. Je nach Vertrauen untereinander und Situation in der Klasse können die Jugendlichen sich selbst auf der Skala positionieren. Wie fühle ich mich als Mädchen oder Junge, beziehungsweise als eine bestimmte Art von Mädchen oder Junge – und werde ich auch so wahrgenommen und akzeptiert?</p>
Sicherung	<p>„Wann ist ein Mann ein Mann?“: Wer bestimmt, was als männlich oder weiblich gilt? Wer oder was hat eure Meinung beeinflusst? Faktoren: Biologisches Geschlecht, Erziehung, Umfeld, Medien. Differenzierung für ältere SuS: Einführung in die Idee der Gendertheorie. Fazit: Die breite Vielfalt auf der Skala zeigt: Es gibt verschiedene Möglichkeiten, ein Mann und eine Frau zu sein, und alle Daseinsformen sind auch nach dem Grundgesetz gleichwertig und gleich berechtigt!</p> <p> INFO: Doing Gender. Wissenschaftler vermuten, dass männliches und weibliches Verhalten erst durch unsere Erziehung und unsere Umwelteinflüsse (auch durch die Medien) gemacht wird (engl. doing gender). Geschlecht sei – wie man in der Fachsprache sagt – „ein sozio-kulturelles Konstrukt“. Somit wäre unser Geschlechterverhalten veränderbar. Die amerikanische Philosophin Judith Butler ist eine der bekanntesten Vertreterinnen dieser Theorie.</p> <p> Zusatzaufgabe/Hausaufgabe: Die SuS sehen das Video „Whatever – Erika Linder for Crocker by JC Jeans Company“, in dem das Unisexmodel Erika Linder sowohl als Mann als auch als Frau inszeniert wird; z. B. hier http://bit.ly/1A7Tiac Botschaft des Videos: Come as you are. Whatever you are! Die SuS formulieren eine eigene Werbe-Botschaft für Akzeptanz. Ein Zusatz-Projekt „Selbstexperiment Geschlechterrollen“ finden Sie zum Download auf www.klicksafe.de/medienethik</p>

3

Baustein 1 | Privatsphäre und Big Data

Baustein 2 | Verletzendes Online-Verhalten

• **Baustein 3 | Mediale Frauen- und Männerbilder**

Endnoten

¹ Calmbach/Debus, 2013.

² Vgl. Süss/Lampert/Wijnen, 2010, S. 48.

³ Vgl. Götz, 2012, S. 3.

⁴ Vgl. Hauber/Schadt, 2012, S. 13.

⁵ Vgl. ebd., S. 23.

⁶ Vgl. Schär, 2013, S. 102.

⁷ Vgl. Mühlen Achs, 2003, S. 121, 125; zit. nach Schär, 2013, S. 105.

⁸ Schär, 2013, S. 106.

⁹ Vgl. Tillmann, 2012, S. 166.

¹⁰ Vgl. Manago/Graham/Greenfield/Salimkhan, 2008, S. 453ff.

¹¹ Vgl. Astheimer/Neumann-Braun/Schmidt, 2011, S. 100ff.

¹² Vgl. Media Control, 2013.

¹³ Willems, 2002, S. 19.

¹⁴ Vgl. Borstnar, 2002, S. 700-701.

¹⁵ Vgl. Zurstiege, 2011, S. 132.

¹⁶ Vgl. Holtz-Bacha/Vennemann, 2011, S. 91f. und S. 117.

¹⁷ Vgl. ebd., S. 94.

¹⁸ <http://www.welt.de/fernsehen/specials/dsds/article9675250/Die-besten-Dieter-Bohlen-Sprueche-bei-DSDS.html>

¹⁹ Vgl. *Global Media Monitoring Project*, 2010, S. 2.

²⁰ Vgl. ebd., S. 5.

²¹ Vgl. ebd., S. 4.

²² Vgl. Brandstetter, 2013, S. 7ff.

²³ Vgl. Harrison/Hefner, 2006, S. 153 und S. 159ff.

²⁴ Vgl. Dohnt/Tiggemann, 2006, S. 929.

²⁵ Vgl. Koch/Hofer, 2011, S. 236f.

²⁶ Vgl. Raufelder u. a., 2011, S. 22.

²⁷ Die Basiserhebung lief von 2003 bis 2006. Publikationsdatum des Materials ist 2007. Die erste Nacherhebungswelle (Längsschnitt) lief von 2009 bis 2012. Erste Ergebnisse hieraus werden Ende 2013 erwartet: http://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Studien/Kiggs/Kiggs_w1/Kiggs_w1_node.html.

²⁸ Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), 2007.

²⁹ Vgl. Raufelder u. a., 2011, S. 22.

³⁰ Vgl. Koch/Hofer, 2011, S. 236f.

³¹ Vgl. Rossmann/Brosius, 2005, S. 526.

³² Vgl. ebd., S. 510.

³³ Vgl. Götz/Gather, 2010, S. 55.

³⁴ Fries, 2012.

³⁵ Scholz, 2013, S. 135.

³⁶ Helfferich u. a., 2005, S. 79.